



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Fakulta textilní



# Propagační textilie s reflexními prvky pro mateřské školy

## Bakalářská práce

*Studijní program:* B3107 – Textil  
*Studijní obor:* 3107R006 – Textilní a oděvní návrhářství  
*Autor práce:* **Denisa Kovářová**  
*Vedoucí práce:* Mgr. Jan Heger





# Promotional textiles with reflective elements for kindergarten

## Bachelor thesis

*Study programme:* B3107 – Textil  
*Study branch:* 3107R006 – Textile and Fashion Design - Textile Design and Technology  
*Author:* **Denisa Kovářová**  
*Supervisor:* Mgr. Jan Heger



**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**

**Fakulta textilní**

**Akademický rok: 2015/2016**

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)**

**Jméno a příjmení: Denisa Kovářová**

**Osobní číslo: T13000267**

**Studijní program: B3107 Textil**

**Studijní obor: Textilní a oděvní návrhářství**

**Název tématu: Propagační textilie s reflexními prvky pro mateřské školy**

**Zadávací katedra: Katedra designu**

### **Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í :**

- 1. Vytvořte logo pro mateřskou školu.**
- 2. Navrhněte design funkční propagační textilie pro mateřskou školu.**
- 3. Přeneste navržený design na textilie pomocí digitálního tisku.**
- 4. Zhotovte finální výrobek.**

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: 25

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

**CROSS,D., KLOSKOWSKI,M.: Adobe Illustrator CS2: výběr, editace a transformace, práce s prostorem. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 304 s. T & T. ISBN 978-80-247-1849-1**

**WEINMANN,E., LOUREKAS,P.: Adobe Illustrator CS2: názorný průvodce. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2006, 623 s., [32] s. barev. obr. příl. ISBN 80-251-1150-4**

**KRÁL,M.: Adobe Photoshop CS5: podrobný průvodce. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 281 s., 16 s. barev. obr. příl. Průvodce (Grada). ISBN 978-80-247-3723-2**

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Jan Heger**  
Katedra designu

Datum zadání bakalářské práce: 12. října 2015

Termín odevzdání bakalářské práce: 13. května 2016



Ing. Jana Drašarová, Ph.D.  
děkanka



Ing. Renata Štorová, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 7. března 2016

## Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum: 9.5.2016

Podpis:



## **Poděkování**

Ráda bych tímto poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce panu Mgr. Janu Hegerovi za možnost spolupráce a jeho vstřícný přístup a komunikaci. Také bych chtěla poděkovat za spolupráci mateřské škole Čtyřlístek v Mladé Boleslavi a to konkrétně paní Romaně Hirnšalové za poskytnutí informací a spolupráci. Dále paní ředitelce mateřské školy Čtyřlístek Ludmile Hajzlerové. Poděkování také patří dalším mateřským školám: mateřské škole Kněžmost a mateřské škole města Mnichovo Hradiště, které se také podílely na spolupráci. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat svojí matce Renatě Kovářové a babičce Marii Mužákové za spolupráci na realizaci textilních vaků.

# Anotace

Česky:

Úkolem této bakalářské práce je vytvořit propagační textilie s reflexními prvky pro mateřskou školu. Nejprve vytvořit návrhy na různé propagační textilie pouze v počítači a poté vybranou textilií realizovat a následně na ni aplikovat nově vytvořené logo mateřské školy, které bude školu propagovat.

V první části bakalářské práce je seznámení s marketingovým mixem obecně, marketingovým mixem pro konkrétní mateřskou školu a také seznámení s vybranou mateřskou školou. Dále je popsán význam barev, který je důležitý pro tvorbu loga a tvorbu propagačních textilií. V druhé části jsou zkoumány propagační textilie mateřských škol a grafický design, do kterého spadá i tvorba a návrhy nového loga a propagačních textilií. V poslední části bakalářské práce je vybraná navržená propagační textilie s reflexními prvky zrealizována.

Klíčová slova:

Propagační textilie, mateřská škola, logo, reflexní prvky, grafický design.

## **Anotace**

English:

The goal of this thesis is to develop a promotional textiles with reflective elements for kindergarten. The aim was to develop proposals for various promotional textiles just on the computer, and then implement the chosen textiles and apply newly created logo kindergarten on it, which will propagate the school.

In the first part of the thesis is introduced the general marketing mix, marketing mix for specific kindergarten and familiarization with the chosen kindergarten. It is also described the significance of colors, which is important for creating logos and creating promotional textiles. In the second part, there are promotional textiles of kindergartens and graphic design, in which includes the creation and design of a new logo and promotional textiles. In the last part of the thesis is implemented chosen promotional textiles with reflective elements.

Keywords:

Promotional textiles, kindergarten, logo, reflective elements, graphic design.



## Obsah

1	Úvod .....	13
2	Marketingový mix .....	14
2.1	Teorie marketingového mixu .....	15
2.1.1	Nástroje marketingového mixu.....	15
2.2	Marketingový mix pro Mateřské školy.....	18
2.3	Představení firmy .....	21
3	Psychologie barev .....	27
3.1	Význam barev.....	27
4	Propagace mateřských škol.....	29
4.1	Mateřská škola Kněžmost .....	30
4.2	Mateřská škola města Mnichovo Hradiště.....	31
4.3	Mateřská škola Čtyřlístek .....	31
5	Grafický design .....	32
5.1	Design loga .....	35
5.1.1	Členění log dle vizuálního motivu .....	35
5.1.2	Členění log dle doby užívání.....	36
5.1.3	Skupiny kritérií pro hodnocení značky .....	37
5.1.4	Design log se symbolem čtyřlístku .....	45
5.1.5	Tvorba loga pro mateřskou školu Čtyřlístek.....	47
5.2	Design propagačních textilií .....	56
5.2.1	Trička .....	56
5.2.2	Kšiltovky .....	57
5.2.3	Reflexní vesty .....	58
5.2.4	Textilní vaky s reflexními prvky .....	59
5.2.5	Razítka s logem.....	60
5.2.6	Turistické známky.....	60
6	Realizace propagačních textilií.....	61
6.1	Digitální tisk.....	62
6.2	Realizace textilních vaků .....	64
6.3	Finální produkt .....	67
7	Závěr.....	69

## Seznam obrázků

Obrázek 1- Vstupní dveře a barevné logo Mateřské školy Čtyřlístek [4] .....	21
Obrázek 2 – Hlavní čtyři body ŠVP napsané v logu mateřské školy Čtyřlístek [4] .....	22
Obrázek 3 – Tematické celky rozdělené podle ročního období [4] .....	22
Obrázek 4 – Logo mateřské školy Čtyřlístek [4] .....	23
Obrázek 5 – Budova mateřské školy Čtyřlístek [4] .....	24
Obrázek 6 – Webové stránky mateřské školy Čtyřlístek [4] .....	25
Obrázek 7 – Logo Shell, Playboy a Nike [10] .....	36
Obrázek 8 – Logo Sony, ČNB a Baťa [10] .....	36
Obrázek 9 – Logo Jaguar, PEPSI a bp [10] .....	36
Obrázek 10 – Logo Mateřské školy Čtyřlístek Milenov [11] .....	46
Obrázek 11 – Logo pro senior centrum Čtyřlístek [12] .....	46
Obrázek 12 – Logo pro realitní a hypoteční centrum Čtyřlístek [13] .....	46
Obrázek 13 – Logo pro klub českých turistů a Nadační fond českého rozhlasu Novoroční Čtyřlístek [14] .....	46
Obrázek 14 – Logo Strana Zelených [15] .....	46
Obrázek 15 – Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga školy .....	48
Obrázek 16 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga .....	48
Obrázek 17 – Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga mateřské školy .....	49
Obrázek 18 – Návrh loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů v černém a barevném provedení .....	49

Obrázek 19 – Návrhy loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů v černém .....	50
Obrázek 20 – Návrhy loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů .....	50
Obrázek 21 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů .....	50
Obrázek 22 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů .....	51
Obrázek 23 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů .....	51
Obrázek 24 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů .....	52
Obrázek 25 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů .....	52
Obrázek 26 – Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ...	52
Obrázek 27 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z květu .....	53
Obrázek 28 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z květu .....	53
Obrázek 29 – Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ...	54
Obrázek 30 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ....	54
Obrázek 31 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ....	54
Obrázek 32 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ....	55
Obrázek 33 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ....	55
Obrázek 34 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů ....	56
Obrázek 35 – Textilní trička s novým logem mateřské školy Čtyřlístek .....	57
Obrázek 36 – Kšiltovky s nově navrženým logem mateřské školy Čtyřlístek v černé a bílé barvě .....	57
Obrázek 37 – Kšiltovky s nově navrženým logem mateřské školy Čtyřlístek .....	58
Obrázek 38 – Reflexní vesty s novým logem mateřské školy Čtyřlístek.....	58
Obrázek 39 – Textilní vaky s reflexními páskami, dalšími prvky a nově navrženým logem mateřské školy Čtyřlístek.....	59

Obrázek 40 – Zádové vyztužení s pěnové gumy Moosgummi v geometrických tvarech .....	59
Obrázek 41 – Razítka s novým logem mateřské školy Čtyřlístek.....	60
Obrázek 42 – Turistická známka pro mateřskou školu Čtyřlístek.....	60
Obrázek 43 – Modrá, zelená, červená a žlutá látka 100% polyamid se zátěrem .....	61
Obrázek 44 – Symboly pro ošetření 100% polyamidu se zátěrem.....	61
Obrázek 45 – Nastříhané dvojité obdélníky na textilní vaky .....	61
Obrázek 46 – Název digitální tiskárny Mimaki JV4-130 .....	62
Obrázek 47 – Digitální plotter Mimaki JV4-130.....	62
Obrázek 48 – Tisk loga na přenosový papír pomocí plotteru Mimaki JV4-130.....	63
Obrázek 49 – Logo aplikované na šustákovině pomocí termolisu .....	63
Obrázek 50 – Stříbrné reflexní pásy na šustákovině .....	64
Obrázek 51 – Propagační textilní vaky - vznik kapes se zipy.....	65
Obrázek 52- Černá 5mm pruženka .....	65
Obrázek 53 – Sešité textilní vaky s připraveným tunelem a úchytkami na pruženky ....	66
Obrázek 54 – Geometrické tvary s pěnové gumy pro vyztužení zad .....	66
Obrázek 55 – Geometrické tvary se suchými zipy .....	66
Obrázek 56 – Textilní háček na textilních vacích.....	67
Obrázek 57 – Finální červený a zelený textilní vak. ....	67
Obrázek 58 – Finální modrý a žlutý textilní vak .....	67

## Seznam tabulek

Tabulka 1- Příklady propagačních nástrojů .....	17
Tabulka 2 – Propagační prostředky.....	29

# 1 Úvod

Mateřská škola je místo, kde by se děti měly naučit základním dovednostem pro jejich budoucí život. Mělo by působit přátelským dojmem, ale také dětem vytyčit jisté hranice a respekt k okolnímu světu. I pro mateřskou školu je důležitá propagace, aby se stala známou, zajímavou a respektovanou společností. V bakalářské práci bude pozornost věnována zejména logu, které bude následně použito na propagační textilie. Mezi propagační textilie patří například kšiltovky, reflexní vesty a trička, ale také třeba i textilní vaky. Právě trička a kšiltovky by měly velké využití na výletech, ale i na každodenních procházkách. Děti by sjednotily a zároveň by dělaly reklamu mateřské škole. Dále by se daly využít i na společné fotografování. Vaky by sloužily jako závěsný vak v šatně společně s běžně využívanými zavěšenými taškami. Vak by, ale na rozdíl od zavěšené tašky na náhradní oblečení sloužil i jako batůžek. Takže by si děti špinavé oblečení nebo oblíbené plyšáky nosily i sebou domů. Reflexní vesty by zase měly děti ochránit a zlepšit jejich viditelnost na ulicích při každodenních procházkách.

V rámci spolupráce s mateřskou školou Čtyřlístek se sídlem v Mladé Boleslavi byly zjištěny informace o počtu žáků, počtu tříd a také rozdělení podle barevnosti jednotlivých tříd. Mateřská škola se pyšní dvěma pavilony (A, B) po čtyřech třídách, má dohromady osm tříd s celkovým počtem 200 dětí. Mateřská škola nyní využívá své staré logo s obrázkem čtyřlístku. Obrázek čtyřlístku je vybarven do červené, žluté, zelené a modré barvy. Vychází ze základních barev, které jsou použity pro odlišení tříd a každá třída má tak příslušnou barvu. Jedním z úkolů je vylepšit a zjednodušit jejich staré logo a aplikovat ho na propagační textilie. Barevnost loga bude zachována, ale pro další využití bude logo navrženo i pouze v černé nebo jen bílé barvě. V počítačovém programu bude vytvořeno několik návrhů a variant. Poté se vybere ta nejlepší varianta a použije se na propagační textilie vytvořené také pouze v počítačovém programu, aby bylo možné vidět aplikaci loga na propagačních textiliích dříve, než budou realizovány. Po vytvoření těchto návrhů propagačních textilií se budou vybrané textilie realizovat. A následně se na ně bude aplikovat logo pomocí digitálního tisku.

Před samotnou tvorbou propagačních textilií proběhne nejprve zkouška digitálního tisku na textilní materiál, a pokud bude splňovat požadavky, může se propagační textilie realizovat. Zkouškou předejdeme chybám u finálního produktu. Nakonec se vytvoří finální produkt, propagační textilie obohacené o reflexní a jiné prvky a natištěné logo. V případě této bakalářské práce textilní vaky s nově vytvořeným logem mateřské školy Čtyřlístek, nažehlovacími reflexními páskami a dalšími zajímavými prvky.

## 2 Marketingový mix

Marketingový mix nebo jinak řečeno čtyři P, představuje strategické umístění produktů na trh na základě následujících parametrů. Skládá se ze všeho, čím společnost nebo firma může ovlivnit poptávku po své nabídce. [1]

### **Výrobek (product)**

Výrobek vyhoví potřebám zákazníka a zahrnuje nejen samotný výrobek nebo službu, ale také sortiment, kvalitu, obal, design, značku, image výrobce, služby, záruky a další faktory, které ovlivní spokojenost spotřebitelů. [1] V této bakalářské práci je řeč o výrobku jako službě. Mateřská škola nabízí rodičům hlídání dětí a pro jejich děti i vzdělání a prvotní návyky.

### **Cena (price)**

Cena je hodnota výrobku vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Součástí jsou i slevy, podmínky placení, náhrady, termíny nebo možnosti úvěru. Cena produktu nebo služeb je velice důležitou součástí marketingu. [1] V této bakalářské práci jde o cenu služby, kterou nabízí mateřská škola. U mateřských škol bývá většinou měsíční školné pohybující se od 400-500 korun českých a další poplatky se týkají zejména stravného. Platby se platí buď hotově, nebo bezhotovostním platebním stykem (inkasem). Každá mateřská škola má své vlastní ceny a podmínky.

### **Propagace (promotion)**

Propagace je nejvíce viditelná část marketingového mixu, která se zabývá propagací výrobků či služeb. Řeší tedy kde, a jak se bude produkt prodávat, dostupnost zboží v prodejnách, zásobování a dopravu. Další důležitou součástí je reklama. Jinak řečeno propagace výrobků, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky, mající obvykle za cíl zvýšení prodeje. [1]

Bakalářská práce z velké části řeší propagaci výrobků a služeb. Zaobírá se hlavně designem loga pro mateřskou školu a propagačními textiliemi. Mateřská škola je vlastně služba pro rodiče s dětmi a její důležitou součástí je propagace jí samotné. Pokud získá svým designem okolí, zaujme ho a působí důvěrně a zodpovědně, bude mít více zákazníků (rodičů s dětmi). Tedy jejím cílem není zvýšení prodeje, nýbrž samotný zájem rodičů a dětí. Úkolem je navrhnout design výrobků a služeb tak, aby splnil všechny požadavky.

## **Distribuce (placement)**

Doprava výrobku od výrobce k zákazníkovi. [1] Doprava zde rozebírána více nebude, protože pro mateřskou školu doprava není důležitá.

## **2.1 Teorie marketingového mixu**

Termín "mix ingrediencí" je v souvislosti s marketingovou teorií připisován Jamesu Cullitonovi, který toto slovní spojení poprvé použil v roce 1948. Někteří čeští autoři mylně uvádějí jako autora výrazu pro tento rok N.H. Bordena, který ovšem na jeho práci navázal a zdůraznil potřebu provázanosti jednotlivých nástrojů mixu. [1]

Podle Kotlera platí, že mix nelze chápat jako pouhou sumu jednotlivých opatření, nýbrž jako komplexní záležitost, kdy výsledný celek, má-li být úspěšný, musí být harmonicky propojen. Na Cullitonovu a Bordenovu práci časem navázal i profesor Jerry McCarthy, který upravil a uvedl koncepci čtyř taktických bodů marketingového mixu, nyní standardně známé jako 4P popsané výše. [1]

K tradičnímu modelu 4P se vytvořilo rozšíření, protože se ukázalo pro některé případy jako nedostačující. Vznikl model 5P a došlo v něm k rozšíření o prvek lidé (people). Později vznikla i koncepce 7P, která našla své uplatnění především ve službách a jedná se o rozšíření prvků procesy (processes) a materiální prostředí (physical evidence). [1]

Marketingových modelů existuje celá řada, někdy se ovšem jedná o pouhé přidání dalších prvků k původnímu modelu 4P, zatímco jeho význam zůstává zachován. Doporučuje se však rozlišovat různé složení mixu dle oborů (služby, cestovní ruch, školství, bankovníctví, obchod a další). [1]

### **2.1.1 Nástroje marketingového mixu**

#### **Produkt**

„Výrobek je hmotný statek, služba ale i myšlenka, která se stává předmětem směny na trhu a je určena k uspokojování lidských potřeb“. [2]

„Produkt je cokoliv, co může být nabízeno na trhu k uspokojení potřeb nebo přání.“ [3]



## **Produkt jako služba.**

„Služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně. Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.” [3] V mateřské škole, o které je v bakalářské práci řeč, je produkt jako služba.

Službám se přisuzují tyto čtyři vlastnosti:

**Nehmatatelnost** – služby jsou nehmatatelné

**Proměnlivost** – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé

**Nedělitelnost** – výroba a spotřeba většinou probíhá současně, za účasti zákazníka

**Pomíjivost** – služby nelze skladovat

Z hlediska dělení tržní nabídky se rozdělují:

**Čistě hmotné zboží** – sestává se pouze z hmotného produktu

**Hybrid** – Nabídka se skládá ze dvou stejných částí – ze zboží a služeb

**Čistá služba** – Nabídka se skládá pouze ze služby.

Například mateřská škola je čistá služba, tedy nabídka, která se skládá pouze ze služby.

## **Propagace**

Propagací, je zde myšlen celý marketingový komunikační proces směřovaný ven k zákazníkovi. Jedná se o všechny nástroje marketingového mixu viděné zákaznickým okem. Místo zavedeného pojmu propagační mix, je možné také použít synonyma komunikační mix. V marketingu je totiž funkce propagace v jiném užším smyslu. [3]

V našem případě je propagace, která je viděna zákaznickým okem, logo a propagační textílie. U loga je možné, aby bylo použito, jak na webových stránkách, tak na budově školy a propagačních textiliích mateřské školy. Vždy tak bude na očích zákazníků (rodičů a dětí).

## Komunikační mix

Do komunikačního mixu je zahrnuta reklama (propagace), podpora prodeje, prodejní personál (osobní prodej) a přímý marketing.

Zde bude využito z propagačních nástrojů reklamy a to konkrétně symbolů a log a obalů výrobků.

### Příklady propagačních nástrojů

Reklama	podpora	Public	Prodejní	Přímý marketing
symboly a loga	kupóny	Projevy	Pobídkové	Katalogy
reklamní nápisy	prezentace	Semináře	Prodejné	Adresné zásilky
plakáty a letáky	odměny, dary	Veřejné akce	Vzorky	Televizní nákupy
Billboardy	zábavní akce	Výroční zprávy	Veletrhy	Faxová pošta
brožury a příručky	slevy	Publikace	Prodejní	Hlasová pošta
obal výrobků	soutěže, hry	Dary sponzorů		Elektr. nákupy

Tabulka 1- Příklady propagačních nástrojů

## Reklama

„Reklama je jakákoliv placená forma neosobní prezentace a propagace myšlenek zboží nebo služeb konkrétním investorem.“ [3]

Reklama má řadu forem a způsobu použití. Je proto obtížné zevšeobecnit její odlišné jakosti jako součásti propagačního mixu. Můžeme se zmínit alespoň o těchto vlastnostech:

**Veřejná prezentace** – reklama produktu je obecně uznávaným motivem k nákupu. Je zde možnost opakování, porovnání kupujícího s konkurenčními produkty. Rozsáhlá reklama přináší pozitivní zprávu o prodávajícím – signalizuje, že jde o velkou a silnou firmu. [3]

**Z násobená působivost** – reklama dává možnost ztvárnit firmu a její produkty prostřednictvím uměleckého využití tisku, zvuku a barev. [3]

V našem případě se mateřská škola prezentuje svým logem na webových stránkách a budově školy. A protože nenabízí žádný produkt, ale pouze službu, může propagovat svoje služby. Může například také sdělit na svých stránkách proč je lepší než ostatní mateřské školy a co jiného zde rodiče pro své děti získají. Tím si může získat pozornost od spousty lidí.

### **Přímý marketing**

Je mnoho druhů přímého marketingu, například poštovní zásilky, telemarketing, internetový marketing atd.

Přímý marketing je:

**neveřejný** – sdělení je určeno pro konkrétní osobu

**přizpůsobený** – sdělení je zpracováno tak, aby působilo na určitou osobu

**aktuální** – sdělení je možné připravit velmi rychle

**interaktivní** – sdělení je možné změnit na základě reakce osloveného

V případě mateřské školy je použit internetový marketing a přizpůsobený tak, aby působil na určitou skupinu lidí (rodiče s dětmi).

## **2.2 Marketingový mix pro Mateřské školy**

Ve školním prostředí lze využít čtyř základních nástrojů marketingového mixu 4P: výrobek, distribuce, cena, propagace. V posledních letech se ale obzvláště ve školství častěji využívá tzv. rozšířeného marketingového mixu 5P, kdy dalším důležitým faktorem jsou lidé (people) [6]

### **Výrobek (product)**

Produktem školy je vše, co škola nabízí svým zákazníkům k uspokojování jejich přání a potřeb. Jedná se o vzdělávací nabídku - školní vzdělávací program, tzv. formální kurikulum a další rozšiřující aktivity školy, neformální kurikulum. [7]

Úspěšná mateřská škola by měla být orientována na děti, měla by podporovat jejich tvořivost a aktivitu a komunikovat s rodiči a společností. Také by měla nabídnout bohatý vzdělávací program s dokonale vypracovanými cíli. Dobrá mateřská škola by také měla

mít dobrého ředitele, který využívá efektivního stylu řízení, řeší problémy týmově, zná sbor, komunikuje s ním, adekvátně hodnotí učitele a pečuje o odborný růst učitelů. [8]

Mateřskou školu Čtyřlístek můžeme považovat za úspěšnou školu, protože se velmi soustředí na spokojenost dětí a dokonce má i svůj vlastní program, který je nazýván Školka plná pohody. „Na zpracování se podílel celý pracovní kolektiv, výchovně vzdělávací část zpracovaly pedagogické pracovnice.“ [4]

### **Cena (price)**

Cena vzdělání není pouze záležitostí soukromého školství, ale také do školství plynou peníze ze státu, evropských fondů a regionů. Většina mateřských škol hospodaří jako příspěvkové organizace a musí se řídit zákony a vyhláškami o hospodaření s rozpočtovými prostředky státního rozpočtu České republiky. [9]

Příjmy mateřských škol jsou tedy zpravidla složeny z těchto zdrojů: ze státního rozpočtu, od svého zřizovatele, ze školného a z peněžních darů. Měsíční školné za nabízené služby vzdělání a hlídání dětí se odvíjí od umístění mateřské školy, velikosti a dalších faktorech. Dalšími platbami mohou být stravné, výlety, nadstandartní programy nebo kroužky. [9]

Měsíční školné mateřské školy Čtyřlístek je 400 Korun měsíčně. Další platbou v mateřské škole Čtyřlístek je stravné ve výši 31 Korun na den. Platba školeného a stravného se provádí vždy zpětně následující měsíc buď přes účet, nebo osobně. Při nástupu do mateřské školy se také platí vratná kauce 1000 korun, která bude rodičům po ukončení docházky vrácena. Dále škola nabízí také nadstandartní programy: rozšířenou tělesnou výchovu, výuku plavání, výuku bruslení, výuku anglického jazyka a dětský klub pro maminky s malými dětmi. [4]

### **Propagace (promotion)**

Image mateřské školy souvisí s informacemi, které se o škole vědomě či nevědomě vytvářejí. Je to obraz vnímání školy širokým okolím. Mateřská škola může ovlivnit tvorbu svého image stálou informovaností veřejnosti o svých aktivitách či úspěších, spoluprací s rodiči a regionálními firmami, komunikací pedagogů s rodiči, vzdělávací nabídkou, logem, designem, otevřením se směrem k vnějšímu prostředí a celkovým vybavením. [6]

Ve školním prostředí jde o vyvolání zájmu o organizaci a její činnost, tedy o určitou formu komunikace školy se zákazníky a vnějším, ale i vnitřním prostředím. Jednou z forem

komunikace organizace s cílem budovat vlastní značku a posilovat její důvěryhodnost je Public relations. Ve slovníku cizích slov je Public relations označen jako styk s veřejností, vztah k veřejnosti; cílevědomé ovlivňování veřejnosti s využitím sociologie a psychologie. [6]

V případě neziskových organizací je možné shrnout aktivity v oblasti Public relations na několik oblastí. Posilování kultury a image organizace, školní vzdělávací program, stimulace zájmu zákazníků o sponzorství, provoz a pravidelná aktualizace webových stránek, informovanost veřejnosti o aktivitách školy, pořádání akcí a komunikací s partnery. [6]

Mateřská škola Čtyřlístek využívá webové stránky, prostřednictvím jichž komunikuje s rodiči a zaručuje informovanost veřejnosti o aktuálních akcích. Dále také má vlastní logo, které má určité nedostatky, ale snaží se jím prosadit do vnějšího prostředí. Další propagační prostředky mateřské školy Čtyřlístek budou popsány v kapitole Propagace mateřských škol.

### **Distribuce (place)**

Nezanedbatelnou roli při marketingovém řízení školy hraje místo a způsob prodeje vlastního produktu. Místo a prostředí má současně významný vliv na spokojenost zákazníků. Škola, která nevěnuje rozvoji prostředí patřičnou pozornost, riskuje ztrátu zájmu o své služby. [6] Prostor mateřské školy Čtyřlístek bude popsáno v následující kapitole.

### **Lidé (people)**

Význam lidského faktoru v posledních letech nabývá na významu a to obzvláště v neziskové sféře. Každý úspěšný ředitel školy si je dobře vědom toho, že lidé jsou nejcennějším kapitálem, který škola má. Proto je z pohledu zvýšení kvality práce školy jedním z nejdůležitějších faktorů, dokonalejší a kvalitnější využití vnitřního potenciálu pedagogických i nepedagogických pracovníků. Praxe ukazuje, že škola může být pouze tak dobrá, jak dobří jsou lidé, kteří v ní pracují. [6]

Mateřská škola Čtyřlístek má na 8 tříd celkem 16 pedagogických pracovníků, 4 provozní pracovníce, jednu školnici, prادلenu, 6 pracovníků ve školní jídelně, zástupkyni ředitelky a ředitelku. [4]

## 2.3 Představení firmy

**Název a adresa:** Mateřská škola Čtyřlístek, okres Mladá Boleslav, Havlíčkova 1000, 293 01, Mladá Boleslav

Mateřská škola má název Čtyřlístek. Její sídlo je v Mladé Boleslavi. Mateřská škola byla otevřena v roce 1980 a od roku 2003 je právním subjektem. Je umístěna v účelové budově, která má dva propojené pavilony (A, B) po čtyřech třídách. V každém pavilonu jsou dvě třídy v přízemí a dvě třídy v poschodí, celkem 8 tříd. Součástí každé třídy je šatna, sociální zařízení a sklad pomůcek. Třídy vedle sebe mají společnou kuchyňku pro vydávání jídel. Součástí školy je také hospodářský pavilon, který je s hlavní budovou propojen proskleným tunelem. V tomto pavilonu je umístěna kuchyň, prádelna, dílna, kancelář ředitelky školy, sborovna a služební byt. [4]

### Mateřská škola Čtyřlístek



Obrázek 1- Vstupní dveře a barevné logo Mateřské školy Čtyřlístek [4]

Hlavním partnerem školy je magistrát města Mladá Boleslav. Při výchovně vzdělávací práci spolupracuje mateřská škola s rodiči, základní školou, základní uměleckou školou, několika dětskými divadelními společnostmi, fotbalovým klubem Mladá Boleslav, taneční školou ZITA, jazykovou školou Hampson a plaveckou školou Lachtánek. [4]

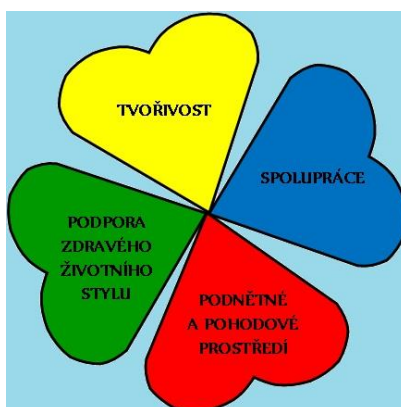
### Školní vzdělávací program

Vzdělávací program (ŠVP) mateřské školy Čtyřlístek se jmenuje Školka plná pohody.

Hlavní čtyři body v tomto programu jsou: **tvořivost, spolupráce, podpora zdravého životního stylu a podnětné a pohodové prostředí**. Cílem programu mateřské školy je celkový osobnostně orientovaný rozvoj dětské bytosti. Naučit děti samostatnosti, zdravému sebevědomí, toleranci, ctít a dodržovat morálku, komunikovat, získávat informace a pak je používat, umět přijímat změnu, nést zodpovědnost, mít vztah k výsledkům lidské práce, vztah k přírodě a zdravému životnímu stylu, umět pracovat v kolektivu a mít aktivní přístup. [4]

Při vzdělávání se zaměřují na individuální potřeby a možnosti jednotlivých dětí. Každému dítěti jsou nabízeny odpovídající vzdělávací činnosti. Hlavními vzdělávacími formami jsou: interakce s okolím, vlastní prožitá skutečnost, samostatné činnosti/hry, cvičení a pobyt venku. Vše potřebné proto, aby děti byly vzdělávány. [4]

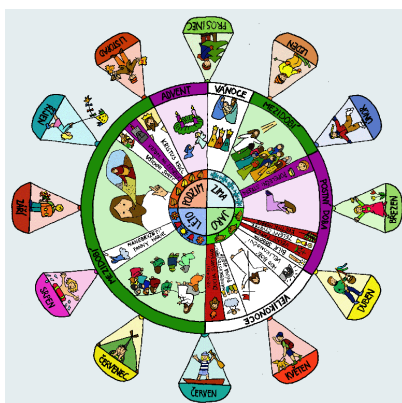
### Hlavní čtyři pilíře Školního vzdělávacího programu



Obrázek 2 – Hlavní čtyři body ŠVP napsané v logu mateřské školy Čtyřlístek [4]

Mateřská škola má také zpracované tematické celky, které řadí učitelky ve svých třídních plánech do integrovaných bloků podle ročního období, jaro, léto, podzim a zima. [4]

### Tematické celky rozdělené podle ročního období



Obrázek 3 – Tematické celky rozdělené podle ročního období [4]

## Značka (logo)

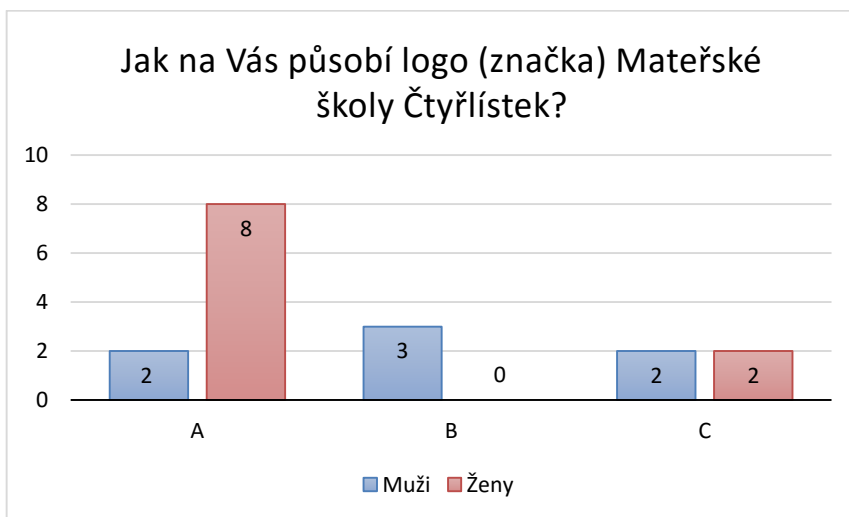
Značka je něco, co vyjadřuje a propaguje danou firmu. V případě mateřské školy je značka (logo) vytvořeno ze symbolu čtyřlístku a vybarveno do základních barev. Je vidět, že není vyrobeno profesionálně a působí lacině. Je umístěno na webových stránkách a budově mateřské školy. Do budoucna by mateřská škola mohla nově navrhnuté logo prezentovat nejen na webových stránkách a budově školy, ale i na propagačních textiliích. Cílem bakalářské práce je tedy realizovat logo pro reálné využívání, jak na budově, webových stránkách, tak na propagačních textiliích.

### Logo mateřské školy Čtyřlístek



Obrázek 4 – Logo mateřské školy Čtyřlístek [4]

Následující graf ukazuje spokojenost rodičů ženského a mužského pohlaví s logem (značkou) mateřské školy Čtyřlístek.



### Odpovědi:

**A** Velmi krásné, poutavé a moderní.

**B** Chtělo by změnu.

**C** Podle mého názoru Mateřská škola nemá vlastní logo



Z grafu tedy vyplívá, že ženy jsou s aktuálním logem mateřské školy Čtyřlístek velmi spokojeny, ale muži by raději chtěli nový vzhled loga. Osm žen si myslí, že logo je krásné, poutavé, moderní a pouze dva muži také zvolili tuto odpověď. Žádná žena si nemyslí, že by logo chtělo změnu. A dvě ženy nevědí, že mateřská škola nějaké logo má. Tři muži zastávají názor, že logo by chtělo změnit a dva muži nevědí o logu školy.

Celkový počet tázaných bylo deset žen a sedm mužů. Podle žen je tedy logo krásné a podle mužů by chtělo změnu.

## **Budova**

Mateřská škola se nachází ve starší budově.

### **Budova mateřské školy Čtyřlístek**



Obrázek 5 – Budova mateřské školy Čtyřlístek [4]

## **Vybavení interiéru**

Všechny třídy v mateřské škole jsou vybaveny novým dětským nábytkem, velkým množstvím hraček, pomůcek, výtvarných materiálů a tělocvičným náradím. Třídy jsou prostorné a odpovídají potřebám dětí. [4]

## **Prostředí**

Vnímání prostředí je ovlivněno okolím a budovou firmy, interiérem, barvami atd. Prostředí je to, kde se nachází daná firma. Mateřská škola se nachází v okrajové části města v sídlišti. V jejím těsném sousedství je park a dětské hřiště, nedaleko od školy i národní přírodní rezervace Radouč. V okolí mateřské školy jsou také základní školy, sportovní stadion a další dětská hřiště. [4]

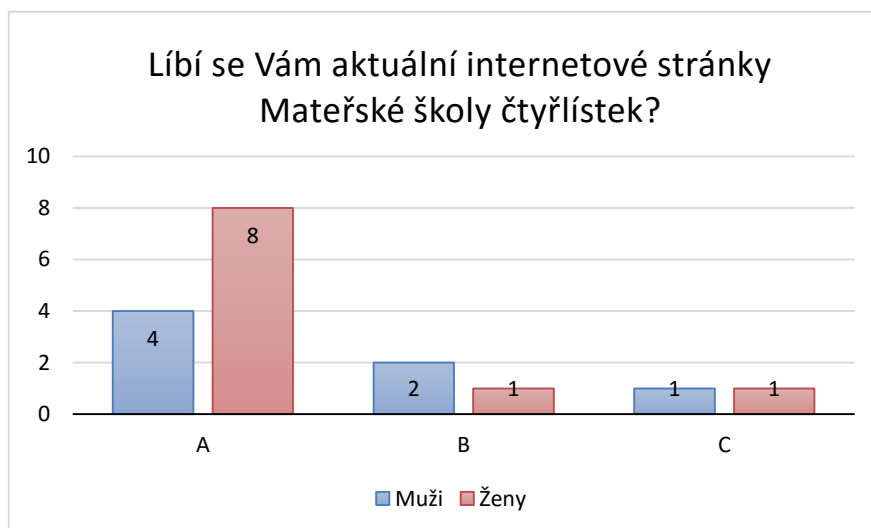
Školní zahrada má vzrostlé stromy a okrasné keře. Pro děti jsou zde pískoviště, dostatek prolézaček, brouzdaliště a letní bazén.

### Internetové stránky



Obrázek 6 – Webové stránky mateřské školy Čtyřlístek [4]

Následující graf ukazuje spokojenost rodičů ženského a mužského pohlaví s aktuálními webovými stránkami mateřské školy Čtyřlístek.



**Odpovědi:**

**A** Ano, líbí se mi. Jsou velmi přehledné, aktuální a mají krásný vzhled.

**B** Ano, líbí se mi. Jsou přehledné, ale v porovnání s ostatními stránky mateřských škol by mohly mít lepší vzhled.

**C** Ne, nelíbí se mi. Jsou málo přehledné a zastaralé.

Z grafu vyplívá, že jsou ženy a muži s internetovými stránkami mateřské školy Čtyřlístek vcelku spokojeni. Osm žen a čtyři muži si myslí, že internetové stránky jsou přehledné a mají krásný vzhled. Jedna žena a dva muži nejsou spokojeni s vzhledem internetových stránek a jedna žena a muž jsou celkově nespokojeni se stránkami.

Celkový počet tázaných bylo deset žen a sedm mužů. Stejný počet, jako u předchozího grafu týkajícího se spokojenosti aktuálního loga mateřské školy Čtyřlístek. Internetové stránky jsou tedy podle rodičů krásné a přehledné.

### 3 Psychologie barev

Barvy jsou všude okolo nás a podle nich vnímáme svět. Podle barev určujeme, zda se nám něco líbí nebo nelíbí. Barvy okolo nás ovlivňují naši náladu a dokonce barvami lze vyjádřit své pocity. A proto je nezbytné se soustředit i na barvy obsažené v logu mateřské školy Čtyřlístek.

Barvy mají prokazatelný vliv na lidskou psychiku a jejich využití není jen v designu, ale také v interiéru nebo lze barvami pomáhat v léčbě. Je proto důležité vytvořit barevný interiéru v mateřské škole tak, aby působil na děti příjemným a přátelským dojmem. [5]

Existuje mnoho barev, které mají pro lidskou psychiku pozitivní významy, a jejich využití v marketingu by se mělo přizpůsobovat především zvolené cílové skupině. V našem případě dětem, ale nezapomínejme i na rodiče. Stejně tak mají barvy svůj význam i pro loga společností, která jsou často tím prvním, s čím lidé u dané firmy přijdou do styku. I v logu by proto barvy měly být uvážené a naznačovat, jaké hodnoty společnost vyznává a co chce tím vyjádřit veřejnosti.

Barvy loga ovlivňují tak, že pokud má nabudit pocit hladu nebo motivovat k jisté aktivitě musí se použít ty správné barvy. Podle barev bude logo oslovovat určitou skupinu lidí a také je vybízet k jistým pocitům. U mateřské školy Čtyřlístek by mělo logo působit přátelsky, zodpovědně, hravě a lákat svým vzhledem nejen děti, ale také rodiče.

#### 3.1 Význam barev

Každá barva má svůj význam a různě působení na lidskou psychiku. Například modrá barva je barva studená, kterou preferují spíše mužská pohlaví a je to nejméně intenzivní barva. Zatímco barva červená je teplá barva, kterou preferují častěji ženy a je to nejvíce intenzivní barva. Obě tyto barvy jsou obsažené v logu mateřské školy, protože mateřská škola hlídá nejen děvčata, ale i chlapce a chce také působit nejen na rodiče ženského pohlaví, ale i mužského. Přesný význam barev v logu mateřské školy bude následně popsán.

##### **Černá barva**

Černá barva působí na lidskou mysl tajemně, koncentrovaně, ctižádostivě, ale ve větším množství depresivně. Je to neutrální barva, která se navzájem neruší s ostatními

barvami. Podporuje jednoduché tvary a právě proto je obsažena na obrysu čtyřlístku, který je jednoduchý a výstižný. Nebude to, ale takto zachováno. Čtyřlístek bude bez obrysu. A černá barva bude použita pouze na písmo, protože logo by mělo být veselé, hravé a barevné. Mělo by oslovit hlavně malé i velké děti.

### **Červená barva**

Červená barva dodává energii. Je to aktivní barva pro otevřené lidi. Je symbolem lásky, odvahy a touhy po úspěchu. Vše důležité pro malé i velké děti v mateřské škole. Děti mají červenou barvu rády, protože jsou ještě naivní a věří na pravou lásku, nadpřirozené bytosti, prostě všechno, co je kouzelné a červené, jako jablíčko pro Sněhurku. Červená barva podporuje jejich fantazii a probouzí v nich energii učit se nové věci. Navíc možná upoutává i rodiče.

### **Modrá barva**

Modrá barva uklidňuje a uvolňuje. Přináší harmonii a působí důvěryhodně. Mateřská škola potřebuje působit na děti i rodiče důvěryhodně, aby si získala jejich pozornost. Barva podporuje klidnou komunikaci a působí příjemně na oči a nervy. Nejvíce většinou oslovuje mužské pohlaví.

### **Žlutá barva**

Žlutá barva rozjasňuje, podporuje paměť, čich, kreativitu a působí optimisticky. Děti jsou hravé a právě v mateřské škole se nejvíce rozvíjí jejich kreativita, hravost a učí se nové dovednosti. Žlutá barva logo mateřské školy rozjasní a logo tak získá jiný rozměr. Bude působit hravěji.

### **Zelená barva**

Zelená barva je stejně jako modrá uklidňující. Což je pro děti moc důležité, když opouští poprvé své rodiče a musí si zvykat na určité změny. Právě zelená barva dobře působí při životních změnách. Kladně ovlivňuje psychiku. Také působí svěže, čistě a cílevědomě. Ovládá své okolí. Děti je potřeba nasměrovat a proto i zelená barva má své místo v logu mateřské školy.

Všechny tyto barvy jsou obsažené v logu mateřské školy a každá barva má svůj vlastní úkol, koho zaujmout a jak. Červená barva osloví malé i velké slečny. Naopak modrá barva přiláká malé i velké chlapečky. Důvěryhodná, klidná zelená a modrá barva zaujme zase rodiče. Všechno dohromady tvoří hravý, láskyplný, důvěryhodný a uklidňující dojem.

## 4 Propagace mateřských škol

Propagace mateřských škol je důležitá pro jejich image. Ta následně ovlivňuje působení na okolní prostředí, kam v případě mateřských škol neodmyslitelně patří rodiče a děti, ale i celá veřejnost, která má přístup k propagačním prostředkům mateřské školy. Propagace je důležitá k získání klientů a může se dostat k rodičům s dětmi klidně i přes komunikaci veřejnosti, takže nemusí přímo působit jen na rodiče a děti.

Správná image mateřské školy upoutává tedy zájem nejen rodičů a dětí, ale také širokou veřejnost. Nesprávná image upoutá málokoho a to následně může způsobit nedostatek dětí v mateřské škole. Je možné, že některé mateřské školy mají natolik dobrou pověst, že fungují i bez dobré image, ale určitě by jim neuškodilo jí zlepšit. Prospělo by to nejen v její další vývoj, ale hlavně se zvýší zájem rodičů a dětí. A protože se i společnost vyvíjí, děti i rodiče, měla by se vyvíjet i mateřská škola.

Za propagační prostředky, které ovlivňují image, lze považovat hlavně logo, které se propaguje všude, kde je možné, charakterizuje společnost a sjednotí jejich myšlenku a cíl. A proto by si na něm měla mateřská škola dát záležet. Logo lze využívat například na budově mateřské školy, na plakátech, na internetových stránkách, na vizitkách, na razítku, na tričkách, na kšiltovkách, apod. Všude tam upoutává pozornost veřejnosti, rodičů a dětí, pokud je tedy logo kvalitní. Konkrétně o designu, kvalitě loga a dalších podrobnostech o logu bude zmínka v další kapitole.

### Propagační prostředky

Propagační textilie	Papírová propagace	Ostatní prostředky
trička	letáky, katalogy	webové stránky
kšiltovky	plakáty	Razítka
textilní vaky	billboardy	turistické známky
reflexní vesty	vizitky	

Tabulka 2 – Propagační prostředky

V této kapitole si ukážeme, jaké propagační prostředky využívají vybrané mateřské školy. Je zde brán zřetel hlavně na propagační textilie, které jsou hlavním tématem pro tuto bakalářskou práci. Nejprve bude popsána mateřská škola Kněžmost, kde bude řečeno i pár informací o samotné mateřské škole a následně i o propagačních

prostředcích. Další vybranou mateřskou školou je Mateřská škola města Mnichovo Hradiště, kde budou také informace o škole a dále propagační prostředky. Poslední mateřskou školou bude mateřská škola Čtyřlístek, kterou se v této bakalářské práci celou dobu zabýváme, a proto zde už nebudou informace o škole, pouze o propagačních prostředcích.

## 4.1 Mateřská škola Kněžmost

Název a adresa: Základní a mateřská škola Kněžmost, okres Mladá Boleslav, Na Františku 31, 294 02, Kněžmost.

Mateřská škola je součástí základní školy v Kněžmostě, nachází se v blízkosti sportovního hřiště a veřejného koupaliště. Mateřská škola Kněžmost má 3 třídy. Dvě třídy jsou v hlavní budově, kde je 56 dětí. A třetí třída s 28 dětmi je v novém pavilonu, který byl zahájen do provozu 1. 9. 2011. [16] Třídy jsou pojmenované podle barev, Žlutácci, Zelenácci a Červeňácci.

Mateřská škola je dostatečně vybavena hračkami, pomůckami a materiály. Vybavení je postupně obnovováno a doplňováno. Didaktické hry a obrazové materiály jednotlivých tříd jsou k dispozici ostatním oddělením. Dětský nábytek je z větší části policový, vybavený kontejnery pro samostatné použití a ukládání dětmi. Všechny třídy jsou vybaveny počítači. [16]

Co se týká propagačních textilií, využívá mateřská škola Kněžmost trička různých barev, například i batikované. Na přední části trička mají své vlastní logo (sluníčko) a vzadu nápis MŠ Kněžmost. Trička objednává mateřská škola, ale platí je rodiče. Děti je pak nosí na školní výlety nebo na společné fotografování. Tyto trička mají i paní učitelky, aby se všichni sjednotili. Dále také využívají kšiltovky. A protože jsou třídy pojmenované podle barev, jsou trička a kšiltovky sladěny podle barvy dané třídy. Například Zelenácci nosí zelené kšiltovky a zelená trička, Žlutácci zase trička a kšiltovky žluté a Červeňácci vše v červené. Na procházkách využívají reflexní vesty, bohužel ale bez vlastního loga.

Děti v předškolním věku dostávají na konci roku slavnostní šerpy s logem a s nápisem předškolák. Každý rok se mění typ písma, barvy šerpy i mašle, aby šerpy byly každý rok originální. Šerpy jsou tak hezkou vzpomínkou a památkou na mateřskou školu Kněžmost. Mateřskou školu také propagují na internetových stránkách.

## 4.2 Mateřská škola města Mnichovo Hradiště

Název a adresa: Mateřská škola města Mnichovo Hradiště, okres Mladá Boleslav, Mírová 683, 29 01, Mnichovo Hradiště.

Mateřská škola města Mnichovo Hradiště byla zřízena od 1. 1. 2003 jako příspěvková organizace a vznikla sloučením mateřské školy a školní jídelny v Mírové ulici 683, mateřské školy a školní jídelny v Jaselské ulici 1238 a mateřské školy a školní jídelny ve Veselé, Školní 70. [17]

Jednotlivé mateřské školy řídí zástupci ředitelky pro odloučená pracoviště. Každá mateřská škola má zpracován vlastní školní vzdělávací program. [17]

Všechny tyto mateřské školy, které jsou vzájemně sloučené, využívají hlavně podpory sponzorů a to i v ohledu na propagační textilie. Mateřské školy využívají vlastní logo, které propagují na tričkách. Také mají vlastní webové stránky, kde se propagují. Ostatní předměty (kšiltovky, reflexní vesty, atd.) jsou většinou poskytnuty od sponzorů, a proto je na nich logo darující firmy nikoliv mateřské školy. Nemají žádné další zajímavé propagační prostředky.

## 4.3 Mateřská škola Čtyřlístek

Zde bude brán důraz hlavně na propagační textilie, protože ostatní informace o mateřské škole Čtyřlístek víme už z přechozích kapitol.

Každá třída mateřské školy Čtyřlístek jede sama na sebe a to bohužel způsobilo, že nejsou sjednocené. Některé mají kšiltovky, některé zase ne. Společné mají pouze tašky, které jsou zavěšené na háčku v šatně pro každé dítě. Tam si děti mohou dávat věci na cvičení, spaní nebo na převlečení. Dále využívají reflexní vesty, které děti nosí na venkovní procházky. Reflexní vesty jsou bez vlastního loga. Žádné další propagační textilie nevyužívají.

Tašky, které využívají jen jako závěsné, budou sloužit na skladování oblečení, hraček apod. a budou zůstat jako nyní v mateřské škole. Budou sladěny do barev tříd a navíc do šatny budou přidány i nově navržené vaky, které mohou mít mnohé využití. Nové vaky budou více účelné textilní vaky, které lze využít nejen na zavěšení do šatny na tepláky, hračky nebo pyžamo, ale také je mohou nosit jako batůžek a odnést si špinavé



oblečení nebo nosit oblíbenou hračku pořád při sobě. Bohužel je tento typ vaků vhodný jen na lehké předměty, nikoliv na těžké a plastové boxy na svačiny nebo láhve na pití, protože nemají vypolstrovaná záda, jako klasické školní batohy. Ale i tak dostane vak zavěšený v šatně nový rozměr. A to nejen tím, že lze využít i více způsobů, ale také tím, že bude obsahovat logo mateřské školy a kdykoliv děti vyjdou s vakem ven, mateřskou školu budou propagovat. Dále jim také vak zůstane jako upomínkový předmět na mateřskou školu Čtyřlístek. Je zde i možnost, že jej využijí i na základní škole na nošení úboru na tělesnou výchovu. A stále budou mateřskou školu propagovat a to už do ní ani nebudou chodit. Textilní vaky by vždy objednávala mateřská škola, ale platili by je rodiče, stejně tak jako trička v mateřské škole Kněžmost. V následující kapitole bude řešeno zpevnění zad na vaku, aby bylo možné ve vaku nosit i těžší předměty.

Také zde chybí něco, co třídy mateřské školy Čtyřlístek sjednotí, alespoň každou třídu zvlášť. Využije se zde odlišné barevnosti tříd a každá třída bude mít svou vlastní barvu triček a kšiltovek, jako tomu je u mateřské školy Kněžmost. Trička a kšiltovky děti a paní učitelky sjednotí a budou jej prezentovat na focení a budou mateřskou školu prezentovat i na výletech. Vaky by stejně tak, jako trička a kšiltovky prezentovaly a propagovaly každou třídu zvlášť, tím, že by byly sladěny do barev tříd. Dále budou navrženy i reflexní vesty s vlastním logem a další propagační prostředky, jako například razítka a turistické známky, aby mateřská škola Čtyřlístek byla něčím originální, jako mateřská škola Kněžmost, svými šerpami pro předškoláky.

V další kapitole bude přiblížen grafický design a jeho nedílnou součástí jsou informace o kvalitním zpracování loga, návrhy designu loga a design propagačních textilií.

## 5 Grafický design

Kvalitní grafický design usnadňuje život, zvyšuje hodnotu značky a prosperitu firmy, kterou propaguje. Pomáhá orientovat se v internetovém i jiném prostoru, zlepšuje mezilidskou komunikaci a činí ji přehlednější, rychlejší a efektivnější. [10]

Proto je dobré znát informace o kvalitním designu a to nejen pro následné vytvoření loga pro mateřskou školu, tak aby mělo všechny tyto funkce (propagovalo firmu a zvyšovalo její prosperitu), ale také pro vytvoření propagačních textilií.

## **Design je funkční**

Podstatou designu je vyhovět co nejvíce účelu daného produktu. Také řeší problémy spojené s dobrým držením a manipulací produktů. [10] V bakalářské práci jde o propagační textilie s reflexními prvky, které budou určeny pro mateřskou školu Čtyřlístek, i zde musíme brát v potaz dobré držení a manipulaci s textilními produkty.

Úhledný design také usnadňuje čtení, šetří čtenáři zrak a ergonomicky navržená webová prezentace umožní návštěvníkům rychle najít požadované informace. Sjedený design uvnitř i vně firmy, v našem případě v mateřské škole, pomáhá srozumitelně komunikovat se všemi lidmi, kteří s ním přicházejí do styku. [10]

Proto bude snaha o sjedený design pro mateřskou školu, jak na značce, tak i na textilních pomůckách, které budou využívat a propagovat se jimi.

## **Design zvyšuje hodnotu značky**

Na trhu, kde existuje celá řada obdobných produktů nebo služeb, se stává jejich prezentace konkurenční výhodou, znakem profesionality, progresu, péče o vlastní dílo. Je-li prezentace kvalitní, roste i prestiž firmy či instituce, zvyšuje se také povědomí o značce a s ní souvisejících službách. [10]

I u mateřských škol je velice důležitá kvalitní značka, protože existuje spousta dalších mateřských škol, které si navzájem konkurují. Určitě více zajímavé a důvěryhodné budou ty, které mají sjedený a přehledný design, nejen webových stránek. Ale naopak i vlastní kvalitní značku, kterou používají k propagaci mateřské školy a tím se ukazují, jako profesionálové.

## **Design vydělává**

Obal prodává, a platí to nejen v průmyslovém designu. Pro řadu lidí je design při koupi například potravin velmi důležitým faktorem a celou řadu věcí v obchodě posuzujeme výhradně podle jejich obalu nebo designu. [10]

Proto tomu není jinak ani u designu firem. A to ať už se jedná o propagační produkty nebo samotnou značku firmy. Vzhled značky i produktů ovlivňuje postoj lidí k firmě.

Promyšlený vizuální styl zvyšuje důvěryhodnost. Což je jedním z hlavních věcí, kterou mateřská škola potřebuje. Musí působit důvěryhodně, aby byla pro starostlivé rodiče jasnou volbou a neváhali tak do jaké jiné mateřské školy, své děti mohou svěřit.

Design také usnadňuje komunikaci neziskových sdružení s potenciálními sponzory. Důvěryhodné firmě organizace rádi poskytnou finanční prostředky pro její činnost. [10]

### **Design komunikuje**

Projevy grafického designu musí být adekvátní dané cílové skupině. Jiné výtvarné prostředky používá časopis o extrémních sportech a jiné portál státní správy. Stejně tak i jiné písmo vyžaduje dětská knížka určená začínajícímu čtenáři a jiné písmo odborné publikace. Dalším faktorem, který ovlivňuje design je, že jinak budeme při tvorbě designu přistupovat při krátkodobé kampani a jinak k dlouhodobému budování značky. [10]

Každý z těchto příkladů vyžaduje nejen odlišný autorský přístup, ale také hlubokou znalost problematiky, patřičné vzdělání, výtvarné cítění, analytické myšlení i zkušenosti. Výsledkem má být efektivní komunikace zacílená na tu skupinu lidí, kterou chceme oslovit. Musíme proto mluvit jazykem jí srozumitelným. [10]

V našem případě, je třeba oslovit rodiče a i děti. Proto je potřeba se zaměřit na to co mají rádi děti a také na to co zaujme rodiče. Barevně namalované kytičky zaujmou jistě děti, ale dospělé osoby, jen v případě pokud budou ztvárněny na jisté úrovni.

### **Design informuje a pomáhá**

Celý život nás obklopuje informační design (piktogramy usnadňující orientaci v městském prostoru, v nemocnicích či budovách státní správy, dopravní značení regulující provoz na silnicích, výstrahy a upozornění). Většina z nich je natolik samozřejmá, až si mnohdy neuvědomujeme, že všechny tyto produkty jsou dílem odborníka a jejich smyslem je pomáhat každému jedinci v orientaci, varovat před nebezpečím a urychlovat předávání informací tam, kde by mohlo být zbytečné zdržení či nepochopení kritické. Nevhodně a neodborně navržený informační systém nebo dopravní značení mohou způsobit nejen obtížnou orientaci a následnou frustraci, ale v krajním případě i nevratné škody na majetku či životech. [10]

Zde nebudou probírány detaily o informačním designu, spíše propagačním. Ale přeci jenom i nějaký ten informační design využijeme na textilie pro mateřskou školu a tak není na škodu pár informací znát. Například zde budou řešeny na textilní batůžky reflexní pásy pro ochranu dětí. A také ochranné vesty na odpolední procházky po městě.

## **Design je krásný**

Produkty špičkových grafických designérů jsou krásné, a člověk má v sobě odvěkou touhu obklopovat se krásnými a funkčními věcmi, jako tomu je i u interiérového designu. [10]

Proto tomu není jinak, ani u mateřských škol. Čím lepší design, tím lepší působení na děti i dospělé. Děti by měli být přeci obklopeny něčím krásným a tím spíše v mateřských školách. Měli by vyrůstat v krásném a milém prostředí pro jejich bezproblémový vývoj.

## **5.1 Design loga**

Zde budou přiblíženy a řešeny vlastnosti, design loga a jeho samotná tvorba. Předchozí text o designu zmiňuje důležité informace a funkce kvalitního designu, kterých se budeme držet a brát je v potaz.

Než si přiblížíme vlastnosti loga, budou zde definovány pojmy logo, logotyp, piktogram. [10]

### **Logotyp**

Originálně graficky upravený název společnosti, který neobsahuje obrázek (piktogram). [10]

### **Piktogram**

Obrazový symbol, který funguje buď samostatně, nebo doprovází textovou část loga. [10]

### **Logo**

Grafické ztvárnění názvu organizace, společnosti, firmy nebo instituce obohacené o piktogram (obrázek). Tento pojem odpovídá českému výrazu **grafická značka**. [10]

#### **5.1.1 Členění log dle vizuálního motivu**

##### **1. Obrazové**

Do této kategorie můžeme zařadit firmy, které používají při své komunikaci jako hlavní vizuální prvek obrázek (např. Nike, Playboy, Shell - obrázek 7). [10]



Obrázek 7 – Logo Shell, Playboy a Nike [10]

## 2. Typografické (textové)

Tyto takzvané logotypy jsou založeny jen na individuálním ztvárnění písma (např. Coca-Cola, Sony, ČNB, Baťa - obr. 8). [10]



Obrázek 8 – Logo Sony, ČNB a Baťa [10]

## 3. Kombinované

Tyto značky kombinují text i obraz. V praxi se s nimi setkáváme nejčastěji (např. Jaguar, Mercedes Benz, Pepsi - obr. 9). [10]



Obrázek 9 – Logo Jaguar, PEPSI a bp [10]

Aktuální logo mateřské školy je výše zmíněné kombinované logo, tedy kombinace textu s obrazem. Budoucí logo v tomto směru bude zachováno a bude také kombinované.

### 5.1.2 Členění log dle doby užívání

Dále je značky potřeba rozdělit na skupiny podle doby, po kterou se značka bude užívat. [10]

**Z hlediska doby užití můžeme značky rozdělit následovně:**

### **1. Značky dlouhodobé**

Do této skupiny spadají značky, které se budou používat po dlouhou dobu, nebo značky, o nichž dopředu nevíme, jak dlouho se budou používat. Značky dlouhodobé by neměly podléhat módním trendům vizuální komunikace, užívaným v reklamě či na internetu. Tyto módní výstřelky by z dlouhodobého hlediska mohly působit zastarale, v krajním případě až trapně. [10]

### **2. Značky krátkodobé**

Tyto značky mají být užívány jen po krátkou dobu. Můžeme mezi ně zařadit např. značky akcí (konference, výstavy, události, výročí, volební kampaň, koncertní turné apod.) nebo značky sezónních výrobků. Značky, které mají krátkodobý charakter, nemusí být logicky nadčasové. Nehrozí u nich totiž to, že použitý módní prvek přestane být moderní. Striktnost v dodržování jednotlivých dílčích kritérií pro tvorbu a hodnocení značky se odvíjí právě od toho, zda má značka fungovat po dlouhou dobu, nebo zda bude užívána jen krátce. Čím delší je doba užití značky, tím méně ústupků si můžeme při její tvorbě dovolit. [10]

V této bakalářské práci budeme vycházet z toho, že logo, které bude vytvořeno, bude určeno pro dlouhodobé užívání.

#### **5.1.3 Skupiny kritérií pro hodnocení značky**

Požadavky na návrh, kodifikaci, aplikaci a užívání značek vyplývají z funkcí, které značky mají. [10]

**Kritéria lze v tomto ohledu rozdělit na čtyři hlavní skupiny:**

#### **1. Identifikační**

Tato kritéria lze považovat obecně za důležité. Nejdůležitější ale je, aby lidé značku poznali. Značka musí být originální a nezaměnitelná, aby ji lidé identifikovali mezi jinými. [10]

Pro značku mateřské školy čtyřlístek je primární, aby ji poznali nejen dospělí, ale také děti, které do mateřské školy chodí. Proto by bylo dobré, aby značka byla snadno

zapamatovatelná a děti ji dokázaly například nakreslit, zároveň tedy, aby zaujala nejen děti, ale i dospělé.

## **2. Sémantická (významová)**

Sémantika je nauka o významu jednotlivých slov, jejich částí a jiných znaků, případně též jejich vztahu ke skutečnosti, kterou označují. Sémantika je součástí sémiotiky, nauky o znakových systémech. [10]

Oblastí jejího zájmu nejsou jen jazykové znaky, ale obecně i všechny ostatní znakové systémy (piktogramy, dopravní značky apod.). [10]

Vlastní znakové systémy s pravidly gramatickými i sémantickými používají nejen umělecké obory, ale i náboženství, hry nebo rituály. [10]

Sémantická kritéria jsou ta, která se zabývají významem (obsahem) ztvárněným ve značce. Je-li například potřeba ve značce znázornit zvíře, měli by v něm lidé vidět požadované zvíře a ne něco jiného (např. strašidlo). [10]

V případě budoucího loga mateřské školy Čtyřlístek je potřeba, když ztvárníme nějakým způsobem symbol čtyřlístku, aby nakonec nevypadal jako něco jiného.

## **3. Estetická**

Tato kritéria bývají často velmi diskutovaná, jejich velkou nevýhodou je totiž subjektivnost při posuzování. Zejména v těchto kritériích by zadavatel měl respektovat názor odborníků na tvorbu značek. Častou chybou při výběru značek bývá fakt, že značka je posuzována pouze v základní emotivní rovině líbí/nelíbí. [10]

## **4. Technologická**

Z technologického hlediska je potřeba zajistit, aby značka nepůsobila problémy při reprodukci jakoukoliv technologií, jejíž použití pro danou značku připadá v úvahu. [10]

V našem případě je potřeba myslet na to, aby logo fungovalo nejen na bílém pozadí, ale také na zeleném, červeném, modrém, žlutém a případně i na černém, pro další používání. A to hlavně, protože logo bude určeno pro dlouhodobé užívání.

Grafická značka bude natisknuta digitálním tiskem na barevné vaky, ve výše zmíněných barvách. Pokud bychom tedy nepočítali s funkčností a přehledností značky (loga) na barevném pozadí, nemuselo by to dopadnout dobře a také by nemohlo být využíváno

pro dlouhý čas, ale pouze na krátko a jen na pozadí, pro které bylo určeno (aktuálně vyrobeno).

**Každé z těchto kritérií lze dále členit na dílčí kritéria:**

## **1. Identifikační kritéria**

### **Nezaměnitelnost (originalita)**

Značka by měla být nezaměnitelná s jinou značkou. Originalita je vlastnost natolik důležitá, že je zákonem definovaná jako nutná podmínka pro registraci značky. [10]

Originalita je důležitá i pro logo mateřské školy Čtyřlístek, protože jak bude níže zmíněno symbol čtyřlístku, který nyní využívá je už moc známý a neoriginální.

### **Rozpoznatelnost (identifikovatelnost)**

Značka by měla být snadno rozpoznatelná. Rozpoznatelnost je ovlivněna zejména vizuální složitostí. Čím je značka tvarově složitější, tím horší je její rozpoznatelnost. A čím je značka tvarově jednodušší, tím snáze je rozpoznatelná. [10]

Svou roli však hraje nejen tvar, ale také zvolená barevnost. Zde je však potřeba si uvědomit, že při zjednodušování se nesmí překročit určitá hranice, přílišná vizuální banálnost totiž vede k ohrožení dalších kritérií, zejména originality. [10]

Barevnost loga mateřské školy Čtyřlístek je daná a proto jí nebudeme rozmýšlet. Logo bude tedy vytvořeno tak, aby působilo rozpoznatelně i s danými barvami (červenou, modrou, žlutou a zelenou).

### **Zapamatovatelnost**

Značka by měla být snadno zapamatovatelná. K zapamatovatelnosti značky přispívá i její výraznost a jednoduchost. Pokud značka není výrazná, zapadne a lidé si ji nebudou pamatovat. Pokud si někdo značku zapamatuje, zařadí si ji (často podvědomě) mezi známé značky, a to má pak vliv na jeho chování. Tomu napomáhají výjimečnost řešení a grafická nápaditost (vícevýznamovost). [10]

Ty nejlepší značky jsou tak známé, že je téměř každý schopen je z paměti popsat nebo dokonce nakreslit. Dosáhnout tohoto stavu však vyžaduje dlouhodobé a systematické budování firemní image. [10]



## **Nápaditost**

Nápad a vtip jsou kořením dobré značky. Nápaditost může spočívat např. v sekundárním významu či vtipu. Nápaditost ovlivňuje rozpoznatelnost, originalitu a zapamatovatelnost. [10]

## **Nadčasovost**

Nadčasovost je důležitá u značek dlouhodobých. V praxi můžeme vypořádat, že značky dlouhodobé jsou z důvodu nadčasovosti stylisticky mnohem konzervativnější, než je tomu u značek krátkodobých. [10]

## **Čitelnost**

Čitelnost je velmi důležitá. Pokud je schopen pozorovatel značku snadno přečíst, je schopen si ji snadněji zapamatovat. Komplikací může být v tomto ohledu špatně zvolené či nejednoznačné písmo. Častou chybou je písmo příliš nahuštěné. [10]

## **Kulturní přizpůsobitelnost (lokalizovatelnost)**

Značky, které jsou vytvářeny jako nadnárodní, by měly být snadno převoditelné do různých jazyků a kultur. Dobrá značka by měla respektovat kulturní odlišnosti. [10]

## **2. Sémantická (významová) kritéria**

### **Jméno (název)**

Vhodné pojmenování je základem pro vizuální ztvárnění značky. Se značkou se můžeme setkat i v situacích, kdy ji nemůžeme vidět (například v řeči), proto jsou název, jeho vyslovitelnost a význam v daném jazyce velmi důležité. [10]

Název má také vliv na rozpoznatelnost, originalitu a zapamatovatelnost. Na grafické ztvárnění má vliv zejména délka názvu. Doporučují se spíše názvy kratší (jednoslovné). Grafický designér většinou nemá pravomoc název ovlivnit, proto zde hrají důležitou roli kreativita a zároveň soudnost managementu firmy. Mnohdy je však grafický designér první, kdo může managementu poskytnout zpětnou vazbu. [10]

Značka pro mateřskou školu Čtyřlístek v Mladé Boleslavi má obsažen název Čtyřlístek. Název bude zachován a měnit se nebude.

## **Srozumitelnost**

Výklad symbolů závisí na kulturním kontextu oblasti, ve kterém se značka používá. Značka by měla zaručovat vhodný a správný výklad u všech spotřebitelů. Výklad obsahu by měl respektovat vizi společnosti a neměl by dávat prostor pro dvojmysly. [10]

## **Vztah k oboru**

Značky jednoho oboru často mívají společné znaky, které odkazují na oborovou příbuznost. Tento fakt obvykle vychází ze společných funkčních požadavků či požadavků na aplikaci těchto značek (automobily, potravinářské zboží, hodinky, banky apod.). [10]

Zachová-li si značka grafické prvky, které poukazují na její vztah k některému oboru, je její vnímání snazší. Je-li její zpracování v tomto směru zavádějící, může být vnímání značky komplikované. Aby bylo možné definovat společné atributy značek oboru, tržního segmentu, je nutné analyzovat značky konkurenční. Obor, pro který je značka určena, ovlivňuje mnohdy i její barevnost (např. pro Lesy ČR se nabízí barva zelená). [10]

Pro mateřské školy se nabízí mnoho barev, protože by logo mělo být veselé a hravé, jako děti v mateřské škole.

## **Emotivní hodnota**

Značka by měla vyvolávat sympatie, korespondovat s komunikační strategií podniku a podporovat pocit sounáležitosti. Každý více i méně stylizovaný grafický symbol vyvolává určité emoce (směrovka, spirála, kříž, plachta, křídlo, pavéza, oko atd.). Emotivní hodnota se může vázat i k různým typům písma. [10]

Emotivní hodnota značky je důležitá proto, že motivace zákazníka jsou nejen racionální, ale velmi často také iracionální. [10]

## **Odolnost proti zneužití a vandalismu**

Logo by mělo být odolné proti vandalismu a poškození nejen ve fyzické podobě, ale také ve významové rovině. Velmi neblaze může působit, když lidé ve značce vidí něco, co tam být spatřováno nemá. Velmi často značky svádí k různému dokreslování, doplňování, otáčení, oddělení či umazání částí, což má za následek mnohdy zásadní významový posun v jejím vnímání. [10]

### **3. Estetická kritéria**

#### **Kvalita výtvarné stylizace**

Pojem „kvalita výtvarné stylizace“ bývá často obtížné pochopit a ještě obtížnější ho bývá odborně posoudit. Přesto, že značka je ze své podstaty určena pro komunikaci vzhledem ke všem lidem, její posouzení z hlediska kvality výtvarné stylizace je dobré přenechat odborníkům. Jen cvičené a vzdělané oko totiž mnohdy dokáže identifikovat případnou vizuální problematičnost značky. [10]

Obecně lze říct, že značka by měla být „výtvarně čistá“. Jde zejména o sladění jednotlivých částí značky do vizuálně homogenního celku. Zjednodušeně lze tento termín připodobnit například k malířství. [10]

Přesto, že grafický design není umění, ale služba či řemeslo, je tomu podobně i při tvorbě značky. Svou roli zde hrají estetika, cit, vkus a elegance. [10]

#### **Míra výtvarné stylizace resp. abstrakce (jednoduchost)**

Kvalita výtvarné stylizace bývá často mylně zaměňována s mírou výtvarné abstrakce (stylizace). Pro míru výtvarné stylizace neexistuje žádné jednoznačné doporučení. Přestože geneze značek budovaných po dlouhá léta vykazují jasnou tendenci k vizuálnímu zjednodušování, nedá se jednoznačně říct, že značka tvarově jednodušší (tedy značka s vyšší mírou výtvarné abstrakce) je kvalitnější než značka tvarově složitější (tedy značka s více detaily). [10]

Proti dlouhodobému trendu zjednodušování značek jdou i současné 3D efekty, stínky či odlesky. V této souvislosti je potřeba si uvědomit, že čím větší je míra grafické abstrakce, tím bude pravděpodobně značka méně originální. Protože čím víc zjednodušujeme, tím více se přibližujeme k elementárním tvarům, které budou samy o sobě jen stěží nezaměnitelné (např. kruh, trojúhelník či čtverec). [10]

#### **Barevná řešení**

V době nedávno minulé panovalo absolutní přesvědčení, že značka musí být definována v černo-bílém provedení, barevném provedení i v tzv. stupních šedi. Postupem času však praxe ukazuje, že mohou existovat i značky, které tuto podmínku splňovat nemusejí. Bývají to převážně značky určené pro krátkodobé užití (jen u nich totiž dokážeme dopředu přesně říct, kde a jak budou používány) nebo značky čistě obrazovkové (internetové). [10]

U značek, které mají mít dlouhodobý charakter, je praktické vyřešit všechny barevné varianty popsané výše v tomto bodu. Je jen otázkou času, kdy bude některá konkrétní varianta potřeba. [10]

Barevné provedení značky by mělo respektovat psychologii vnímání barev, která byla v bakalářské práci výše popsána. Problematické může být také časté spojování barev s politickými stranami. [10]

Základních barev je málo. Pro lepší identifikaci se proto často volí kombinace dvou barev (např. Shell – žlutá a červená). Více než dvě barvy se nedoporučuje používat (lidé si je pravděpodobně nezapamatují). [10]

Ale bohužel v našem případě mateřská škola využívá čtyři barvy a není možné je vypustit. Proto bude potřeba logo zjednodušit natolik, aby bylo zapamatovatelné i se čtyřmi barvami.

### **Kvalita použitého písma (typografie)**

Písmo je velmi důležitou součástí značky, protože ve značce nahrazuje mluvené slovo. Zprostředkovává pozorovateli informaci, jak má danou značku vyslovit. Kromě názvu přináší často i informaci o oboru působení firmy (např. Kooperativa Pojišťovna). [10]

Stejně jako v řeči můžeme použít různou intonaci či barvu hlasu, lze ve značce použít písmo, které jí dává určitý vizuální charakter a dotváří tak její emotivní hodnotu. [10]

Kvalita typografických atributů značky může být snížena použitím opticky příliš zdevalvovaného či nadužívaného písma nebo výběrem nevhodného písma, které na sebe třeba zbytečně strhává pozornost (v případě, že dominantním prvkem ve značce má být jiný prvek). [10]

Důležité je poznání, že v praxi se u dlouhodobých značek používají léty prověřená písma (stará několik desítek let). Nová písma se naopak hojně užívají ve značkách krátkodobých (módních). [10]

### **Atraktivita**

Atraktivita značek bývá často zvyšována užitím módních trendů. Např. kolem roku 2005 měly všechny značky na webu odlesk, který v pozorovateli vytvářel dojem, že značka stojí na lesklé podložce a odráží se v ní. Je nutné si uvědomit, že efekty silně podléhají módě, a proto se nedoporučuje jejich užívání u dlouhodobých značek. [10]

## **4. Technologická kritéria**

### **Aplikovatelnost (reprodukovatelnost)**

Aplikovatelnost je dána zejména schopností kvalitní reprodukce (zobrazení). Ovlivňují ji následující faktory:

#### **Minimální velikost**

V praxi potřebujeme zajistit to, aby bylo logo čitelné a rozpoznatelné i ve velmi malých velikostech. Většinou se doporučuje vytvořit logo tak, aby fungovalo i při šířce 8–9 mm. [10]

#### **Kvalita provedení detailů**

Při použití značky na velkých formátech hraje důležitou roli kvalita, ve které jsou vyvedeny detaily značky. Nároky na kvalitu zpracování jsou do značné míry determinovány pozorovací vzdáleností. Tuto kvalitu je nutné prověřit dříve, než se začne logo v praxi používat. [10]

#### **Používané technologie**

U dlouhodobých značek není možné dopředu stanovit, jakými technologiemi bude potřeba značku vyobrazit, proto musí splňovat reprodukovatelnost co nejširší škálou technologických procesů. [10]

Výčet běžně používaných technologií pro mateřské školy: elektronické zobrazení na monitoru, sítotisk, výšivka na textil, digitální tisk, razítka, apod.

Každá z těchto technologií má své fyzikální limity a žádná z daných technologií není absolutní nadmnožinou jiné. [10]

#### **Materiály**

Kvalita materiálu podložky, na které se značka objeví, do značné míry definuje i kvalitu reprodukce značky. Je nutné si uvědomit, že podložkou nemusí být jen papír, ale také vlastní produkt, obrazovka, projekční plátno, pauzovací papír, látka, kámen, sklo, keramika, obalový materiál, apod. V tomto ohledu velmi záleží na způsobu, jakým bude značka užívána. [10]

Značka mateřské školy Čtyřlístek bude využívána minimálně na propagační textilie, internetové stránky a budovu.

## **Barevné systémy**

Barevnost značky by měla být kodifikována různými barevnými systémy. Za minimum se dnes považuje kodifikace barev RGB (obrazovkové barvy) a CMYK (soutiskové barvy). [10]

## **Světelné podmínky**

Důležitou roli hrají i různé světelné podmínky. Obecně se dá říct, že by měla mít značka dostatečný kontrast vůči pozadí, na kterém se bude nejčastěji vyskytovat. V tomto ohledu je potřeba si uvědomit individuálnost každé značky. [10]

Závěrem lze říci, když značka nesplňuje některá z uvedených kritérií, je důvod zamyslet se nad jejím redesignem nebo inovací. Ale kdyby však naopak značka splňovala vše, co je výše popsáno, bylo by možné ji prohlásit za dokonalou. Kdyby tato kritéria beze zbytku splňovaly všechny značky světa, byly by si pravděpodobně velmi podobné. V praxi se proto stává, že se některé z uvedených požadavků záměrně ignorují, což značce dává větší šanci na originalitu. Vždy je na pečlivém zvážení zadavatele a tvůrce značky, které parametry potlačí, a které upřednostní. [10]

V případě bakalářské práce bude potlačena minimálně jedna z kritérií a to konkrétně barevné řešení. Doporučuje se v logu použít maximálně dvě barvy a v novém logu mateřské školy Čtyřlístek bude využito čtyř barev.

### **5.1.4 Design log se symbolem čtyřlístku**

Zde budou ukázky log, které využívají také symbol čtyřlístku, jako mateřská škola Čtyřlístek.

Čtyřlístek je symbolem štěstí a každý si představí jednoduché spojení čtyř srdíček. Právě toto ztvárnění využívá i mateřská škola Čtyřlístek, pro kterou bude vytvořeno nové logo. Proto je k zamyšlení, zda zachovat tuto jasnost o symbolu čtyřlístku nebo naopak logo udělat originální a oprostit se od známého a již infantilního symbolu čtyřlístku. A protože logo by mělo být originální, jedinečné a zajímavé, určitě známý symbol čtyřlístku není výhodou. Bude tedy vhodné, aby bylo nově vytvořené logo oproštěno od známého symbolu čtyřlístku. Ale zároveň bylo jasné, co tím chtěl básník říci a nebyl to nakonec velbloud.

Ukázky log se symbolem čtyřlístku:



Obrázek 10 – Logo Mateřské školy Čtyřlístek Milenov [11]



Obrázek 11 – Logo pro senior centrum Čtyřlístek [12]



Obrázek 12 – Logo pro realitní a hypoteční centrum Čtyřlístek [13]



Obrázek 13 – Logo pro klub českých turistů a Nadační fond českého rozhlasu Novoroční Čtyřlístek [14]



Obrázek 14 – Logo Strana Zelených [15]

### 5.1.5 Tvorba loga pro mateřskou školu Čtyřlístek

Zde budou popsány postupy a ukázky návrhů tvorby loga pro mateřskou školu Čtyřlístek a bude zde i ukázáno, jaké otázky je možné si položit, při tvorbě loga.

První věc, kterou by bylo dobré se zabývat, by měl být symbol čtyřlístku. Jak už bylo výše zmíněno, nové logo by mělo být oproštěno od infantilního symbolu čtyřlístku. A další věcí, kterou by bylo dobré se zabývat, jsou myšlenky, na které bychom neměli zapomínat při tvorbě loga

#### Stručný soubor myšlenek při tvorbě loga:

- Není podobný symbol již někde používán?
- Není příliš komplikované značku rozpoznat?
- Nesplývá značka s jinými značkami používanými v daném tržním segmentu?
- Není příliš těžké si značku zapamatovat?
- Je značka dostatečně výrazná?
- Má značka nápad?
- Je tento nápad zřejmý a pochopitelný všem?
- Je značka dobře čitelná i v malých velikostech?
- Nesplývají některé znaky?
- Může publikum různého věku porozumět symbolu?
- Je symbol v souladu s poselstvím firmy?
- Není použito nevhodného symbolu, který si lidé spojují spíše s jiným odvětvím?
- Vyvolává značka pocit sympatie?
- Nemá značka negativní emotivní charakter?
- Je značka odolná proti vandalismu?
- Nemůže být ve značce viděno něco, co tam být nemá?
- Působí značka výtvarně čistým dojmem?
- Umožňuje značka užití v různých barvách?
- Je značka převeditelná do inverzní podoby?
- Není vzhledem k oboru použito nevhodné písmo?
- Je písmo dostatečně kvalitní?
- Není písmo svou stylizací v rozporu s piktogramem?
- Budeme schopni značku s tímto efektem vyobrazit všemi technologiemi, které plánujeme použít?
- Bude možné značku zvětšit nebo zmenšit na libovolnou velikost? [10]



Nejprve byly vytvořeny návrhy značek, které zachovaly jasný srdíčkový tvar symbolu a vycházely z nyní používaného loga mateřské školy Čtyřlístek. Aktuální logo mateřské školy Čtyřlístek bylo pouze vylepšeno.

#### **Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga školy**



Obrázek 15 – Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga školy

Zde je krásně vidět, že logo není moc originální, oproti některým logům se symbolem čtyřlístku. Dalším problémem by bylo používání loga na barevném pozadí (červeném, zeleném, modrém a žlutém). Logo by muselo být převedeno na černou nebo bílou variantu a tím ztratí svou pestrobarevnost, jak je viděno na obrázku 17.

Příliš strohé logo by bylo smutné pro prezentaci mateřské školy, která je útočištěm hlavně pro děti, které si tam hrají, zpívají a veselí se. Malé množství černé barvy však nevádí, protože i mateřská škola ukrývá pláč a vztek dětí a tím tu negativitu v logu vyjádříme. Zároveň je černá barva, výraznou barvou a trocha výraznosti logo vždy potřebuje, aby bylo originální a zajímavé. Ale bohužel v tomto případě logo nefunguje stejně kvalitně v černém provedení, jako v barevném. Text výše napsaný v této bakalářské práci detailně popisuje vlastnosti loga a tam jsou k přečtení informace i právě o zmíněné výraznosti a originalitě.

#### **Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga školy**



Obrázek 16 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga



Obrázek 17 – Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z aktuálního loga mateřské školy

Na základě těchto návrhů, které nejsou úplně vyhovující, byl vytvořen další návrh loga, který vychází z jiného, než známého symbolu čtyřlístku. Tak, aby si lidé (děti a rodiče) daný symbol spojili s pojmem čtyřlístek.

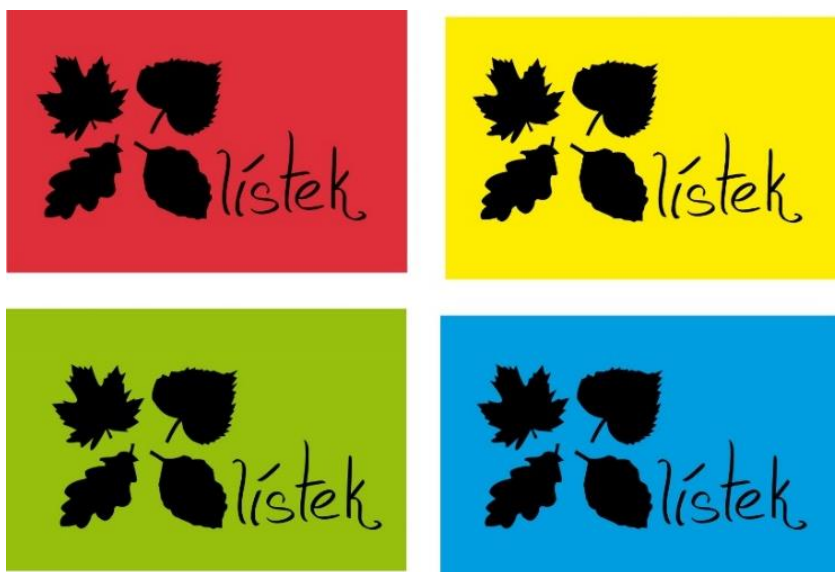
#### Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvarů listů



Obrázek 18 – Návrh loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů v černém a barevném provedení

Tento návrh loga vychází ze zjednodušených tvarů listů. Každý list je jiného druhu, stejně jako děti, které do mateřské školy chodí. Každé dítě je jiné a originální. Listy jsou čtyři a to by mělo tedy evokovat číslo 4. Není, ale úplně jisté, jestli si to každý člověk dokáže představit a následně dodat slovo lístek. Po spojení by měl vzniknout název Čtyřlístek, originálním způsobem. Název ze značky není tak evidentní, jako v předchozích návrzích, ale rozhodně je toto logo originálnější a zajímavější.

U tohoto loga lze zase jako u předchozí značky převést jej do černé varianty, jak je možno vidět výše na obrázku 18. Bohužel, ale i v tomto případě je však problém se zachováním čtyř barev v logu na jiných pozadích než bílé a černé barvy. Logo však působí i v černé barvě zajímavě a neztrácí na kvalitě.



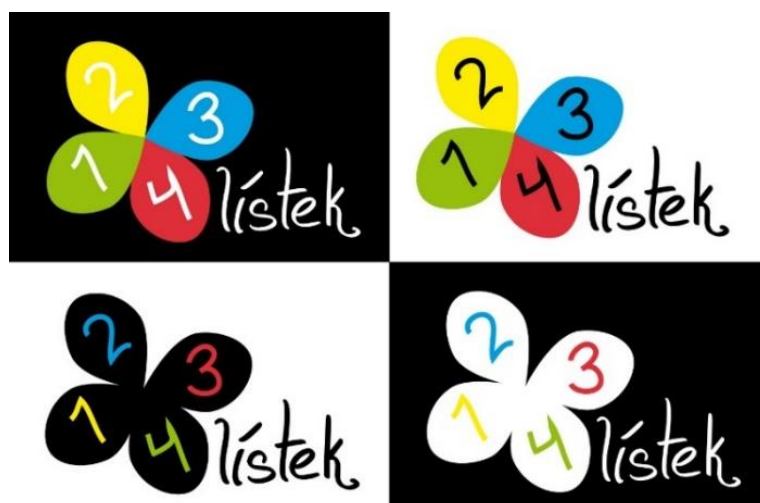
Obrázek 19 – Návrhy loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů v černém



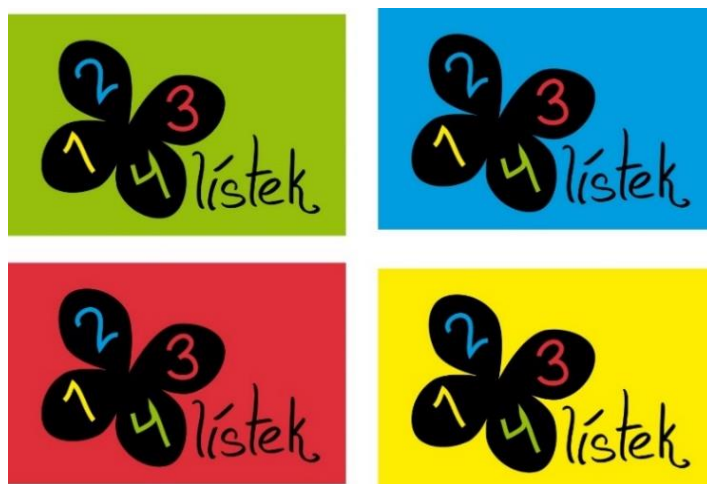
Obrázek 20 – Návrhy loga mateřské školy Čtyřlístek vycházející z tvaru listů

Dále byly vytvořeny další návrhy log, které berou v potaz, že logo bude využíváno na různých pozadích a zároveň se zachovají barvy i v logu (červená, žlutá, modrá a zelená), viz obrázek 22.

#### Další návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů

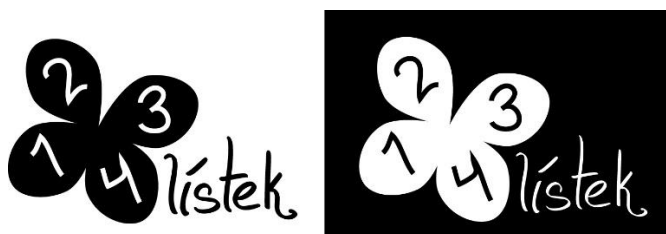


Obrázek 21 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů



Obrázek 22 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů

Vtip této značky je v tom, že vychází s podobného principu, jako předchozí logo. Nyní je, ale číslo 4 umístěno v logu a je jeho součástí. Proto je logo mnohem čitelnější, ale zároveň neztrácí na originalitě. Číslice čtyři společně s nápisem lístek, zase vytváří název Čtyřlístek. Dále grafická značka vychází z ručně napsaných číslic, které mají symbolizovat první dětské psaní a počítání. Číslice na černém pozadí mohou také evokovat pocit, že jsou psané např. na černé tabuli, což není nežádoucí efekt, nýbrž to utvrdí v tom, že logo je spojeno s prvním dětským psaním a počítáním, jak bylo zmíněno. Také nesmí být zapomenuto, že tvar loga vychází ze čtyř zjednodušených listů.



Obrázek 23 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z tvaru listů

U loga není problémem ho používat na barevných pozadích a zároveň zachovat barvy (červenou, zelenou, modrou a žlutou) v logu, ani není problémem ho převést do černo-bílé varianty, která se může třeba využít do budoucna, viz obrázek 23. Oproti předchozím logům je toto logo určitě originálnější, zajímavější a hlavně se dá použít na různé barevné podklady, aniž by ztratilo svůj půvab. Logo je tedy hlavním kandidátem pro finální použití, jak na propagační textilie, tak i na internetové stránky, budovu, atd.

Níže budou ukázány další možné varianty log pro mateřskou školu Čtyřlístek, které jsou dalším vývojem loga. Některé je možné použít pro finální použití, ale některé mají stejné problémy jako ukázky předchozích grafických značek, nebo i jiné problémy. A nejsou proto vhodnými kandidáty pro finální použití.

### Návrhy loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů



Obrázek 24 – Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

Logo vychází ze čtyř listů, které jsou černo-bílé barvy, viz obrázek 24. Logo evokuje pocit omalovánky, ale chybí zde základní čtyři barvy, které mateřskou školu Čtyřlístek charakterizují. Vzhledem k tomu, že je pouze v černo-bílé variantě je možné jej použít na barevném pozadí. V černo-bílém provedení není, ale možné použít toto logo na digitální tisk, protože bude tisknuto na barevné látky (červenou, modrou, žlutou a zelenou) a bílou barvu není možné vytisknout.



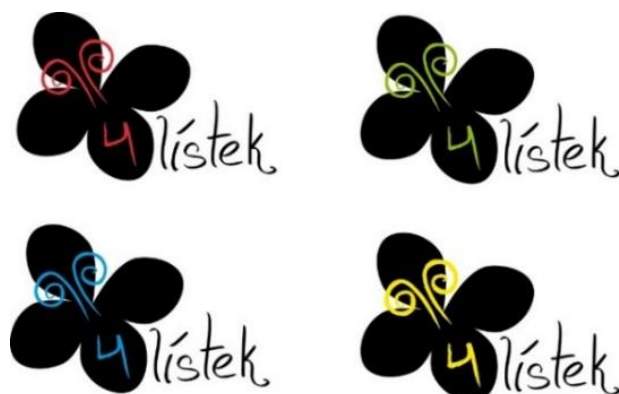
Obrázek 25 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů



Obrázek 26 – Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

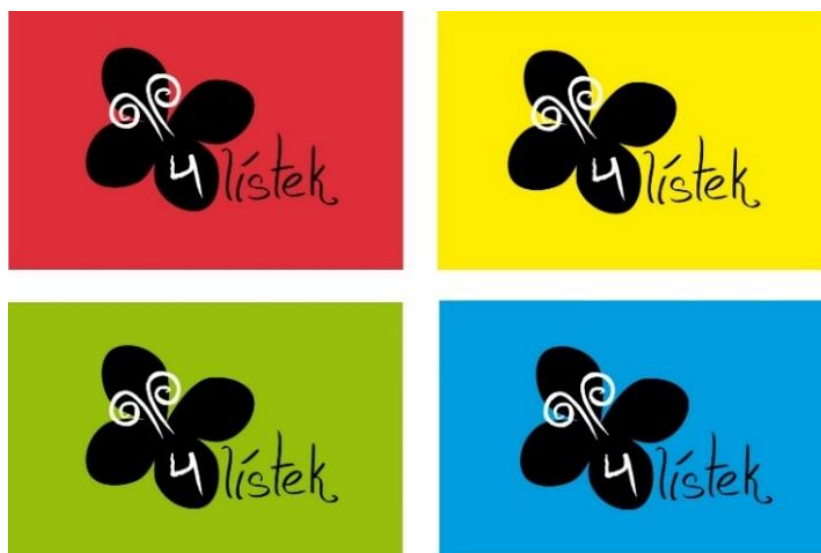
Ani tuto variantu loga (obr. 26), která je možná zajímavější než předchozí logo, nelze použít pro digitální tisk na barevné textilní vaky. Bílá barva by zanikla a bez ní by logo nefungovalo. Proto byla navržena další varianta loga, nyní vycházející z květu.

#### Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z květu



Obrázek 27 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z květu

Tato značka vychází z květu se čtyřmi lístky. A jejím hlavní problém je, že neobsahuje všechny čtyři barvy, pouze jednu vybranou. Na barevném pozadí funguje jen v černo-bílém provedení, a proto není vhodná pro digitální tisk, viz obrázek 28.

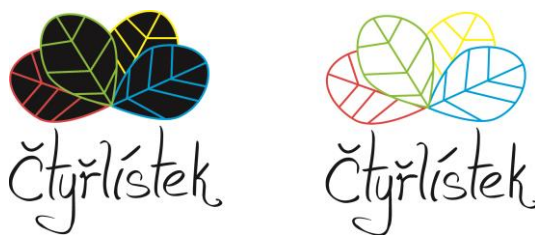


Obrázek 28 - Návrh loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející z květu

Logo bylo vytvořeno na základě pokus, omyl, ale je součástí vývoje tvorby návrhů log pro mateřskou školu Čtyřlístek a proto bylo žádoucí ho zde zmínit. Je velmi kýčovité a je motivací, proč vymyslet něco dalšího.



### Další varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů



Obrázek 29 – Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

Z této motivace vzniklo další logo, které vychází z předchozího loga, viz obrázek 23. Změněno bylo pouze barevností a posunulo se tím na vyšší úroveň. Logo má stále listy vyplněné černou nebo bílou barvou, ale obrysy jednotlivých listů jsou tentokrát barevné. Logo působí mnohem hravěji, než předchozí varianta.

Strohé logo je rázem hravější a veselejší. To, že se dá převést na černo-bílou variantu pro budoucí použití je viděno výše. Níže je ukázáno, že logo lze použít i na barevné pozadí, aniž by ztratilo svou barevnost a hravost, viz obrázky 30, 31.



Obrázek 30 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů



Obrázek 31 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

Bohužel i toto logo má svůj háček. Varianta, kde jsou listy vyplněny bílou barvou, není možno použít na digitální tisk a listy vyplněné černou barvou jsou pro mateřskou školu příliš ponuré. A logo působí velmi tvrdě. Proto se s logem dále pracovalo a vznikla další varianta, kterou je možné zvolit za dalšího finálního kandidáta.

#### **Další varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů**



Obrázek 32 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

Logo je ještě více zjednodušeno a rázem vypadá lépe. Jednoduché tvary listů se mezi sebou překrývají a vzniká tak zajímavý piktogram. Lze používat v barevné, černé nebo i bílé variantě, jak je viděno výše. Na barevném pozadí funguje sice jen v černé nebo bílé barvě, ale protože má zajímavě překryté listy, stále zůstává poutavou značkou, viz obrázky 33, 34.



Obrázek 33 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů





Obrázek 34 - Varianta loga pro mateřskou školu Čtyřlístek vycházející ze čtyř listů

Předchozí logo, u kterého bylo zmíněno, že by mohlo být využito jako finální, není tak zajímavé a zároveň jednoduché, jako toto logo. V jednoduchosti je krása, je velmi pravdivá věta. Toto jednoduché logo, je sice hodně zjednodušeno, ale neztrácí na své kráse. Působí stejně kvalitně, jak v černé, bílé, tak i v barevné variantě a to by kvalitní logo mělo. Pokud ztrácí svůj půvab logo změnou pestrých barev na stupně šedi, není to kvalitní logo, ale to se v případě našeho zvoleného finálního loga netýká.

## 5.2 Design propagačních textilií

V této kapitole bude aplikováno nově vytvořené logo na propagační textilie v počítačovém programu. Textile budou zúženy na ty, které by mohla využívat mateřská škola Čtyřlístek. Nebudou zde jen textilie, ale například i razítka nebo turistické známky. Vybrané textilie se následně budou realizovat.

Logo bude znázorněno na tričkách, reflexních vestách, kšiltovkách, textilních vacích, razítkách a turistických známkách. Jejich využití je řešeno výše v bakalářské práci, a proto zde už nebude řešeno.

### 5.2.1 Trička

Trička s aplikací nově vytvořeného loga pro mateřskou školu Čtyřlístek jsou sladěna do barev jednotlivých tříd (červená, zelená, modrá, žlutá). Navrhnuty jsou i varianty v černé nebo bílé barvě s použitím barevné varianty loga. To by například mohla využívat paní ředitelka mateřské školy, která není zařazena do jednotlivé třídy, jako paní učitelky, ale

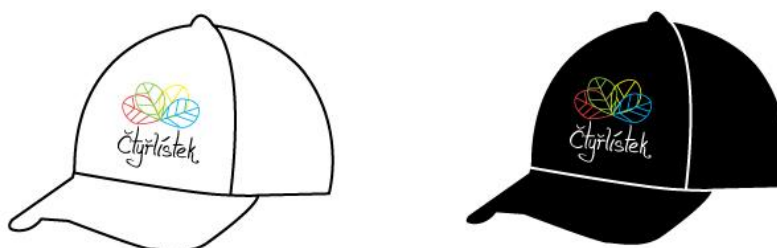
zastupuje všechny kategorie tříd. Proto by tedy nosila tričko s logem, které obsahuje všechny čtyři barvy.



Obrázek 35 – Textilní trička s novým logem mateřské školy Čtyřlístek

### 5.2.2 Kšiltovky

Kšiltovky jsou sladěny do barev tříd stejně, jako trička. Dále jsou navrženy i v černé nebo bílé barvě. Kšiltovky skvěle doplní trička stejných barev a budou tak děti prezentovat na výletech nebo focení.



Obrázek 36 – Kšiltovky s nově navrženým logem mateřské školy Čtyřlístek v černé a bílé barvě



Obrázek 37 – Kšiltovky s nově navrženým loge mateřské školy Čtyřlístek

### 5.2.3 Reflexní vesty

Reflexní vesty, stejně jako trička a kšiltovky, jsou sladěny do barev jednotlivých tříd. A stejně tak jsou vytvořeny i v černé a bílé barvě s barevnou variantou loga.



Obrázek 38 – Reflexní vesty s novým logem mateřské školy Čtyřlístek

#### 5.2.4 Textilní vaky s reflexními prvky

Textilní vaky jsou navrženy, tak aby prezentovaly jednotlivé třídy a zároveň celou mateřskou školu. Stejně jako trička, vesty a kšiltovky jsou sladěny do jednotlivých barev tříd.



Obrázek 39 – Textilní vaky s reflexními páskami, dalšími prvky a nově navrženým logem mateřské školy Čtyřlístek

Navržené vaky jsou na rozdíl od běžných prodejních vaků obohaceny o reflexní pásy, o postranní kapsu s kostěným zipem, o zádové vyztužení s pěnové gumy Moosgummi, aplikované na textilní vaky pomocí suchých zipů a o brzdičky na popruzích vaku.



Obrázek 40 – Zádové vyztužení s pěnové gumy Moosgummi v geometrických tvarech

### 5.2.5 Razítka s logem

Navržená razítka by sloužila k propagaci loga mateřské školy Čtyřlístek. Razítka by mohla být v různých velikostech a barvách. Razítka s logem v černé barvě a razítka s logem v pestrých barvách.



Obrázek 41 – Razítka s novým logem mateřské školy Čtyřlístek

### 5.2.6 Turistické známky

Turistické známky by obsahovaly adresu mateřské školy, název školy a logo školy. Sloužily by jako upomínkový předmět pro děti, které mateřskou školu opustí a jednou na ni budou v dobrém vzpomínat.



Obrázek 42 – Turistická známka pro mateřskou školu Čtyřlístek

Pro realizaci digitálního tisku byly zvoleny vybrané textilie, v našem případě textilní vaky. V následující kapitole bude popsána tvorba textilních vaků, realizace digitálního tisku, reflexní a jiné prvky a nakonec bude ukázán finální produkt, tedy finální textilní vak.

## 6 Realizace propagačních textilií

V této kapitole bude popsána realizace propagačních textilií. Textilie, které byly využity, střih, digitální tisk, reflexní a jiné prvky a nakonec bude představen i samotný finální produkt.

Nejprve si popíšeme použitý materiál pro textilní vaky. Na textilní vaky byla použita silnější šustřákovina se zátěrem (složení 100% polyamid, váha 180g/m<sup>2</sup>) v červené, zelené, žluté a modré barvě. Zátěr zabrání protékání vody skrz látku a vaky jsou proto vhodné i do deště.



Obrázek 43 – Modrá, zelená, červená a žlutá látka 100% polyamid se zátěrem

Šustřákovinu je vhodné prát maximálně na teplotu 40°C, žehlit na nízkou teplotu žehlení s maximální teplotou do 110°C. Textilní vaky se nesmí chemicky čistit a skvrny z materiálu se nesmí odstraňovat organickými rozpouštědly. Materiál se také nesmí bělit prostředky uvolňující chlór a nesmí se sušit v bubnové sušičce.



Obrázek 44 – Symboly pro ošetření 100% polyamidu se zátěrem

Šustřákovina je nastříhána na čtyři stejné dvojité obdélníky, z kterých se následně vytvoří textilní vak. Obdélníky jsou o rozměrech 40 x 30 cm, plus 5 cm po třech stranách na založení. Střih textilních vaků je tedy velmi jednoduchý.



Obrázek 45 – Nastříhané dvojité obdélníky na textilní vaky



Dalším postupem tvorby textilních vaků je aplikace loga na stříhy (nastříhané dvojité obdélníky) pomocí digitální tiskárny.

## 6.1 Digitální tisk

Nejprve byla provedena zkouška tisku log na menším kousku látky. Zkouška se zdařila, logo dobře přilnulo na látku a vypadá ostré a dost výrazné na to, aby se mohl realizovat digitální tisk nově navržených log na už připravené nastříhané obdélníky na budoucí finální textilní vaky.

### Princip digitálního tisku:

Nejprve bylo logo uloženo do počítače ve formátu jpg a následně bylo vytištěno pomocí digitálního plotteru Mimaki JV4-130.



Obrázek 46 – Název digitální tiskárny Mimaki JV4-130



Obrázek 47 – Digitální plotter Mimaki JV4-130

Logo bylo vytištěno na speciální přenosový papír, z kterého se následně pomocí termolisu logo přeneslo na textil. V našem případě na připravené nastříhané dvojité obdélníky.



Obrázek 48 – Tisk loga na přenosový papír pomocí plotteru Mimaki JV4-130

Tisk digitální sublimační termotransferovou technologií se vyznačuje vysokou kvalitou barevnosti, ostrostí detailů, nezávislostí na motivu či rozměru a odolností.

**Podstata tohoto způsobu tisku spočívá ve využití dvou fyzikálních jevů:**

1. Schopnost speciálního inkoustu, který se nanáší na přenosový papír, okamžitě změnit skupenství z pevného na plynné.
2. Druhý fyzikální jev je spojen s vlastností jistých polymerů, kdy díky zahřátí materiálu dojde k rozvolnění jejich struktury a k otevření mikropórů.

Vše funguje tak, že se zvolený motiv, v našem případě nově vytvořené logo mateřské školy, v termolisu přeneseme ze speciálního dvouvrstvého papíru na materiál tak, že se pigment rozptýlený v plynu dostane mikropóry do struktury materiálu a po ochlazení je fixován uvnitř hmoty.



Obrázek 49 – Logo aplikované na šustákovině pomocí termolisu

Na obrázku 49 je k vidění, jak dopadl digitální tisk na šustákovinu, z které budou zhotoveny batůžky. Logo vypadá dobře, a proto z něj mohou být vaky zhotoveny. V následující kapitole bude popsána realizace textilních vaků.



## 6.2 Realizace textilních vaků

Tato kapitola se zabývá realizací textilních vaků. Vaky jsou už potištěné černým logem a nyní zde bude řešeno, co dál. Nejprve se na textilní vaky nažehlily pomocí žehličky stříbrné reflexní pásy.

### Parametry reflexní pásy:

Šíře: 25 mm

Tloušťka: 0,17 mm

Reflexní pásy mají vrchní ochrannou folii, která chrání reflexní vrstvu. Páska se nejprve nažehlí a poté se vrchní ochranná folie sloupne. Nejprve byla tedy reflexní páska umístěna na příslušné místo, tedy na spodní část textilního vaku. A následně byl vak otočen a páska byla přezhlena přes látku vaku po dobu 30 sekund při teplotě 160°C. Při vychladnutí reflexní pásy se sloupala nakonec i ochranná folie a přezehlilo se vše znova na 10 sekund.



Obrázek 50 – Stříbrné reflexní pásy na šustákovině

Reflexní páska se smí prát na 40°C a je možné ji žehlit s maximální teplotou 110°C, stejně jako šustákovinu. Údržba reflexních pásek je tedy stejná jako u použitého materiálu na textilní vaky, viz obrázek 44.

Následujícím krokem tvorby textilních vaků je realizace postranních kapes na zip. Zipy byly umístěny ve výšce 140 mm od spodní hrany vaku. Červený a zelený vak má zip umístěn na levé straně a žlutý a modrý textilní vak na pravé straně, aby byly ukázány možné varianty umístění. Navíc je možné, že pro praváky by se více hodil zip na pravé straně a pro leváky zase na levé.

Použité zipy jsou kostěné zipy v černé a stříbrné barvě a jsou vyrobeny z plastu. Červený a zelený vak má využity stříbrné kostěné zipy a žlutý a modrý vak černé zipy. Obě dvě barvy je možné do budoucna využít a proto je dobrá ukázka obou variant. Kostěné zipy

jsou dobré pro manipulaci pro malé děti, protože jsou lepší na uchopení a zároveň se děti na vacích trénují jemnou motoriku.

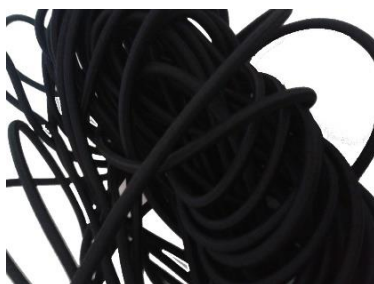


Obrázek 51 – Propagační textilní vaky - vznik kapes se zipy

Dalším postupem bude tvorba popruhů a dalších zajímavých prvků, jako jsou stahovače, vyztužení zad pomocí pěnové gumy a aplikace textilních háčků na zadní část vaků.

Jako popruhy budou použity silnější 5mm pruženky černé barvy. Opletení pruženek je provedeno z 100% polyesteru a jádro obsahuje 22 gumiček. Bohužel pruženky jsou natolik silné, že není možné využít výše zmíněné stahovače, které byly původně navrženy na textilních vacích.

Použít slabší pruženky a použít stahovače, by například nebylo dobré pro komfort nošení textilního vaku. Mohlo by docházet k nepříjemným zářezům popruhů do ramen, a proto byly zvoleny silnější pruženky.



Obrázek 52- Černá 5mm pruženka

Textilní vaky mají v horní části připravený tunel a v dolní části úchytky pro protažení pruženek, viz obrázek 53. Využito bude necelých 1400 cm (přesně 1360 cm) černé pruženky. Na jeden textilní vak bude navlečeno 340 cm černé pruženky. Pruženky budou zauzlovány na dvou místech v dolní části vaků. Nyní už tedy zbývá jen provléknout popruhy (pruženky) a doplnit vak textilním háčkem na zadní části textilního vaku.



Obrázek 53 – Sešité textilní vaky s připraveným tunelem a úchytkami na pruženky

Vaky budou vylepšeny geometrickým tvary se suchými zipy, díky nimž bude možné s tvary manipulovat. Odstranit je a zase vrátit zpět. Tvary s pěnové gumy zároveň vyztuží záda a zároveň budou hravým doplňkem pro děti v mateřské škole.



Obrázek 54 – Geometrické tvary s pěnové gumy pro vyztužení zad



Obrázek 55 – Geometrické tvary se suchými zipy

Dalším postupem při tvorbě textilních vaků bude, jak je výše zmíněno provlečení popruhů (pruženek) tunelem a úchytky na vacích. Posledním funkčním doplňkem bude textilní háček na zádové části vaků a textilní vaky budou pak zcela hotovy. Textilní háček je další z mnohých vylepšení oproti obyčejným prodejním textilním vakům. Vak bude možné zavěsit na háček, což u běžně prodejních vaků nelze.



Obrázek 56 – Textilní háček na textilních vacích

Tento textilní vak bude zároveň interaktivní a naučnou pomůckou pro děti a to nejen geometrickými tvary s pěnové gumy, ale také kostěnými a suchými zipy. Děti se naučí manipulaci s danými prvky. Finální textilní vak doplněn popruhy a textilním háčkem bude možné vidět v následující kapitole.

### 6.3 Finální produkt

Zde budou ukázány čtyři finální textilní vaky. Jejich tvorba je popsána v předchozích kapitolách. Textilní vaky jsou v barvě červené, zelené, žluté a modré a obsahují například popruhy (pruženky), reflexní pásy, geometrické tvary aplikované pomocí suchých zipů, apod.



Obrázek 57 – Finální červený a zelený textilní vak.



Obrázek 58 – Finální modrý a žlutý textilní vak

Dalšími zajímavými produkty nebo spíše projekty pro budoucnost mateřské školy Čtyřlístek by mohli být například interaktivní omalovánky s motivem nového loga, aby si děti i rodiče rychleji zapamatovali nové logo. Děti by si tak mohly i vyzkoušet, zda nové logo dokáží nakreslit z paměti.

## 7 Závěr

Úkolem této bakalářské práce bylo vytvoření nového designu loga pro mateřskou školu Čtyřlístek. Logo pak následně aplikovat pomocí digitálního tisku na vybrané propagační textilie. V případě této bakalářské práce na propagační textilní vaky s reflexními a jinými prvky.

V bakalářské práci je popsán marketingový mix, význam barev, propagační textilie jiných mateřských škol a tvorba nového loga mateřské školy Čtyřlístek. Dále jsou navrženy propagační textilie s aplikací nového loga a nakonec zrealizovány propagační textilie, tedy finální propagační textilní vaky s reflexními a jinými prvky.

V práci lze pokračovat realizací dalších propagačních textilií, například triček, reflexních vest, kšiltovek, apod. Dále také výrobou razítek, turistických známek nebo interaktivních omalovánek na osvojení nového loga. V neposlední řadě by bylo možné vytvořit nový design internetových stránek s přehlednějším uspořádáním informací a novým logem.

Závěrem této práce lze říci, že se úspěšně podařilo vytvořit nový design loga pro mateřskou školu Čtyřlístek, aniž by se vytvořil již známý tvar čtyřlístku. Naopak logo se oprostilo od konvenčního tvaru. Následně se aplikovalo pomocí digitálního tisku na textilie, z kterých byly vytvořeny finální textilní vaky s reflexními a jinými prvky. Finální textilní vaky dopadly nad míru očekávání velmi dobře. Jsou praktické, funkční, moderní s atraktivním vzhledem. A protože jsou originální a poutavé, mateřskou školu mohou dobře prezentovat a zajistit jí velmi pěknou pověst a popularitu.

## Seznam použité literatury

- [1] FORET, M.: Marketingová komunikace, str. 127, Vyd. 1. V Brně: Masarykova univerzita, 1997, 147 s. ISBN 802101461x.
- [2] SOUKALOVÁ, R.: Strategický marketing: učební text, str. 5, Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, 118 s. ISBN 80-7318-177-0.
- [3] KOTLER, Philip.: Marketing management, str. 389, 10. rozš. vyd., 1. vyd. [Grada Publishing]. Praha: Grada, 2001, 719 s. Profesionál. ISBN 8024700166.
- [4] MŠ ČTYŘLÍSTEK [online]. Mateřská škola Čtyřlístek, 2013, [cit. 1. 1. 2016]. Dostupné z: <http://ms-ctyrlisteck9.webnode.cz/o-nas>
- [5] LAUSCHMAN, J. Infografika: Psychologie barev a jejich využití v marketingu. [online]. 3. 1. 2014 [cit. 1970-01-01]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/ostatni/infografika-psychologie-barev-a-jejich-vyuziti-v-marketingu/>
- [6] SVĚTLÍK, J.: Marketingové řízení školy. Praha: ASPI, 2006. Řízení školy (ASPI). ISBN 80-7357-176-5.
- [7] BEČVÁŘOVÁ, Z.: Kvalita, strategie a efektivita v řízení mateřské školy, 1. vydání. Praha: Portál s.r.o., 2010, ISBN 978-80-7367-221-8.
- [8] NAVRÁTILOVÁ, M.: Řízení kvality ve školství: studie o metodách řízení kvality ve školství z pohledu účastníků projektu partnerství, Zlín, 2013. ISBN 978-80-87833-00-1.
- [9] PUCHINGER, Z.: Financování školy, Olomouc, 2010, ISBN 978-80-244-2591-7.
- [10] UNIE GRAFICKÉHO DESIGNU [online]. Unie grafického designu, 2007, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://unie-grafickeho-designu.cz>
- [11] MATEŘSKÁ ŠKOLA ČTYŘLÍSTEK MILENOV [online]. Mateřská škola Čtyřlístek Milenov, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://www.ms-milenov.cz/kontakt/>
- [12] SENIOR ODVOZ [online]. Dispečink Senior odvoz, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://www.seniorodvoz.cz/novinky>
- [13] REALITNÍ A HYPOTEČNÍ CENTRUM ČTYŘLÍSTEK [online]. Realitní a hypoteční centrum Čtyřlístek, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://ctyrlisteckprostejov.cz>

[14] KLUB ČESKÝCH TURISTŮ, MICHAEL STANOVSKÝ [online]. Odznak Novoroční čtyřlístek, 2011, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/novorocni-ctyrlistik>

[15] INSTITUT POLITICKÉHO MARKETINGU, KAREL KAMÍNEK [online]. Loga a barvy politických stran 3/4: ODS, KDU, SZ, Svobodní a další strany, 2015, [cit. 20. 03. 2016]. Dostupné z: <http://politickymarketing.com/loga-a-barvy-politickych-stran-ods-kdu-sz-svobodni>

[16] ZÁKLADNÍ A MATEŘKÁ ŠKOLA KNĚŽMOST [online]. Mateřská škola Kněžmost, 2010, [cit. 03. 04. 2016]. Dostupné z: <http://www.zsknezmost.cz>

[17] MATEŘKÁ ŠKOLA MĚSTA MNICHOVO HRADIŠTĚ [online]. Mateřská škola města Mnichovo Hradiště, [cit. 03. 04. 2016]. Dostupné z: <http://www.ms-mnhradiste.cz/>

[18] MATEŘSKÁ ŠKOLA MÍROVÁ MNICHOVO HRADIŠTĚ [online]. Mateřská škola Mírová Mnichovo Hradiště, [cit. 03. 04. 2016]. Dostupné z: <http://www.ms-mirova.ms-mnhradiste.cz>

[19] ŠKOLA PODPORUJÍCÍ ZDRAVÍ JASELSKÁ ULICE [online]. Mateřská škola v Jaselské ulici Mnichovo Hradiště, [cit. 03. 04. 2016]. Dostupné z: <http://jaselska.ms-mnhradiste.cz/>

[20] MATEŘSKÁ ŠKOLA VESELÁ [online]. Mateřská škola Veselá, [cit. 03. 04. 2016]. Dostupné z: <http://www.vesela.ms-mnhradiste.cz>